

ABSTRAK

Andy Liem

Skripsi

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Miniso *Lenmarc* Mall Surabaya

Saat ini perkembangan pasar ritel sangat pesat di kota-kota besar termasuk di Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan perang besar-besaran antar pasar ritel mulai dari harga barang yang dijual, produk yang dijual, promosi penjualan, lokasi penjualan, pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian ini penulis mengambil objek Miniso yang berlokasi di *Lenmarc* Mall Surabaya. Miniso adalah salah satu pasar ritel di Surabaya yang mengalami perkembangan pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Miniso *Lenmarc* Mall Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Nonprobability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa faktor dan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS.

Dari hasil analisis regresi linier berganda disimpulkan bahwa faktor harga (X_1), faktor promosi (X_2), faktor design (X_3), faktor produk (X_4) dan faktor lokasi (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Miniso *Lenmarc* Mall Surabaya. Disimpulkan pula bahwa faktor harga (X_1), faktor produk (X_4) dan faktor lokasi (X_5) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Miniso *Lenmarc* Mall Surabaya. Faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Miniso *Lenmarc* Mall Surabaya adalah faktor produk (X_4) yang terbukti dengan nilai $t_{hitung} (1,994) > t_{tabel} (1,981)$.

Kata Kunci : Analisa Faktor, Regresi Linear Berganda

ABSTRACT

Andy Liem

Thesis

Analysis of Factors Affecting Consumers Against Purchasing Decisions at Miniso Lenmarc Mall Surabaya

At present the development of the retail market is very rapid in big cities including in Surabaya. This is indicated by the massive war between retail markets starting from the price of goods sold, products sold, sales promotions, sales locations, services and facilities provided to consumers.

In this study the authors took the Miniso object located at Lenmarc Mall Surabaya. Miniso is one of the retail markets in Surabaya that is experiencing rapid development. This study aims to determine what factors affect consumers of purchasing decisions at Miniso Lenmarc Mall Surabaya. This type of research is quantitative. The data collection method used in this study is to use a questionnaire. The number of respondents used in this study was 120 respondents. The technique used in sampling is Nonprobability Sampling, namely Purposive Sampling. The method of analyzing money data used in this study is factor analysis and multiple linear regression using SPSS.

From the results of multiple linear regression analysis concluded that the price factor (X_1), promotion factor (X_2), design factor (X_3), product factor (X_4) and location factor (X_5) simultaneously have a significant effect on consumer purchasing decisions at Miniso Lenmarc Mall Surabaya . It was also concluded that the price factor (X_1), product factor (X_4) and location factor (X_5) partially influenced consumer purchasing decisions at Miniso Lenmarc Mall Surabaya. The most dominant factor influencing consumer purchasing decisions at Miniso Lenmarc Mall Surabaya is the product factor (X_4) as evidenced by the value of $t_{count} (1.994) > t_{table} (1.981)$.

Keywords: Factor Analysis, Multiple Linear Regression