

## ABSTRAK

Ides Supriyanti Neneng

Skripsi

Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam  
Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sederhana Surabaya

Makanan dikategorikan sebagai kebutuhan primer seseorang, tidak heran apabila makanan merupakan faktor penting agar manusia dapat terus bertahan hidup. Setiap individu memiliki kebutuhannya sendiri-sendiri dan cara pemuasan kebutuhan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Kebanyakan orang dalam memilih pemuas kebutuhannya lebih suka dilakukan dengan dilayani dan tidak perlu harus repot-repot. Orang tersebut biasanya akan lebih memilih pergi kesebuah rumah makan untuk memuaskan kebutuhannya, tentunya orang tersebut harus membayar sejumlah uang sebagai ganti dari pelayanan yang telah diberikan kepadanya.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan teknik non-probability sampling yaitu snowball sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan SPSS versi 22 untuk mengetahui dua Faktor yang telah ditemukan dalam penelitian ini yaitu Faktor Promosi(X1) dengan nilai kumulatif sebesar 58,189% salah satu faktor yang pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pemebelian, faktor Produk(X2) dengan nilai eigen 1,759 merupakan faktor ke dua yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pemebelian.

**Kata Kunci: Promosi, Produk, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRAK**

*Ides Supriyanti Neneng*  
*thesis*

*Analysis of factors that consumers consider in purchasing decisions*  
*In Surabaya's Simple restaurant*

*Food is categorized as a person's primary need, no wonder food is an important factor so that people can continue to survive. Every individual has their own needs and how different the needs of the others. Most people in choosing a lighter of needs prefer done by being served and not necessarily have to bother. The person will usually be more choose to go to a restaurant to satisfy its needs, of course, the person have to pay some money in place of the service that has been given to him.*

*This research was conducted by spreading the questionnaire to 100 respondents with the technique of non-probability sampling i.e. snowball sampling. The data analysis techniques used in this research is to use SPSS version 22 to determine the two factors that have been found in this study of promoted factors (X1) with a cumulative value of 58.189% One of the first factors that consumers consider in decisions, a product factor (X2) with an eigenvalue of 1.759 is a factor to the two considered by consumers in construction decisions.*

***Keyword : Promotions, products, purchasing decisions.***