FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH SALON HENNY SEBAGAI SARANA TATA RIAS

Oleh :

LEA INDRADI HUTAMI

NRP. 11193024

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1997

ABSTRAK

Untuk mengantisipasi perkembangan persaingan yang sangat ketat dalam usaha untuk merebut konsumen pada saat sekarang ini, terutama dalam bisnis jasa, banyak perusahaan sangat membutuhkan data atau informasi mengenai perilaku konsumennya. Semakin jeli dan peka suatu perusahaan dalam mengamati perilaku konsumennya, maka akan semakin besar pula kesempatan yang didapatkannya untuk memperoleh kemenangan dalam persaingan pasar.

Dalam hal ini penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Salon Henny sebagai sarana tata rias serta ketergantungan antar faktor.

Untuk penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Salon Henny. Analisis yang dilakukan, disamping menggunakan likert scale juga menyusun tabel contingency dengan metode chi-square test.

Dari analisis itu diketahui bahwa faktor internal seperti: motivasi, persepsi, sikap, belajar dan faktor eksternal seperti: keluarga, kelompok referensi dan kelas sosial mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Salon Henny sebagai sarana tata rias.

Sedangkan dari analisis dengan menggunakan tabel contingency dan metode chi-square test, dapat diketahui bahwa ada ketergantungan yang cukup kuat antara usia dengan orang yang diajak ke Salon Henny, pendidikan dengan frekuensi kunjungan ke Salon Henny, pendidikan dengan motivasi pemilihan Salon Henny, pekerjaan dengan frekuensi kunjungan ke Salon Henny.

SURABAYA
PERPUSTAKAAN