

ANALISIS PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN LOKASI HYPERMARKET DI WILAYAH JABODETABEK

Agus Firmansyah, Edy Nursanta, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penelitian konsumen

Abstraksi :

Analisis perilaku pembelian konsumen lokasi hypermarket ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik perilaku konsumen dalam berbelanja bila dilihat dari segi niat, sikap, kebiasaan, persepsi, dan pengalaman. Untuk menganalisis perilaku pembelian konsumen tersebut, maka dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, chi-square, lambda, skala likert dan skala perbedaan semantik. Dari hasil uji validitas bila data yang diolah bersifat valid maka akan digunakan dalam perhitungan berikutnya, namun bila tidak valid maka tidak akan digunakan. Dan saat diuji dengan uji reliabilitas data dari semua variabel bersifat reliabel. Perhitungan data dengan metode lambda digunakan untuk mengetahui proportion reduction independen error untuk variabel niat, sikap, dan kebiasaan terhadap macam barang kebutuhan, dan diperoleh hasil sebagai berikut untuk variabel niat sebesar 6.94 %, sikap sebesar 11.12 %, dan kebiasaan sebesar 5.31%. Dan semua data variabel yang dihitung dengan metode chi-square memberikan hasil bahwa $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ dengan hasil semua responden menyatakan sangat setuju terhadap semua pertanyaan. Sedangkan untuk pembobotan dengan skala likert dan skala perbedaan semantik diperoleh hasil bahwa lebih dari 50% responden memberikan tanggapan yang positif terhadap semua pertanyaan yang diberikan dari semua variabel yang ada