

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA PLASTIK TOKO BUNGA SIMPATI CIBUBUR

NURMA RATNASARI, BAGUS NURCAHYO,SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : manajemen pemasaran, customer

Abstraksi :

ABSTRAKS Nurma Ratnasari.11201465. **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUNGA PLASTIK TOKO BUNGA SIMPATI CIBUBUR**. PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2004. Kata Kunci : Analisis perilaku konsumen, SIMPATI. (x + 43 + lampiran) Perilaku konsumen tidak terjadi begitu saja, konsumen cenderung memilih tempat yang sesuai untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pembeli dalam setiap pembelian?. Yang dijawab penulis dengan metode survei kuesioner, metode pengumpulan data menggunakan observasi langsung, wawancara dan survei. Dianalisis memakai Statistik SPSS 10.0 menggunakan 25 variabel dengan metode analisis faktor. Diperoleh lima faktor yang mempengaruhi pembeli dalam setiap pembelian bunga plastik toko bunga SIMPATI Cibubur. Kelima faktor tersebut sebagai berikut : faktor keunggulan, faktor fasilitas, faktor pelengkap, faktor pelayanan, faktor ciri khas. Berdasarkan angka kolerasi pada tabel component transformation matrix diperoleh angka yang tinggi, menunjukkan faktor yang terbentuk sudah tepat. Faktor pelengkap dan faktor ciri khas memiliki nilai negatif berarti jika salah satu variabel naik, maka variabel yang lainnya akan turun; singkatnya dengan penambahan volume suatu variabel, calon pembeli tidak tertarik untuk membeli. Faktor yang terbentuk hanya mencerminkan pembeli/konsumen bunga plastik pada toko bunga SIMPATI saja, tetapi dapat dijadikan bahan pertimbangan toko lain. Daftar Pustaka (1991 2002)