

## **ABSTRAK**

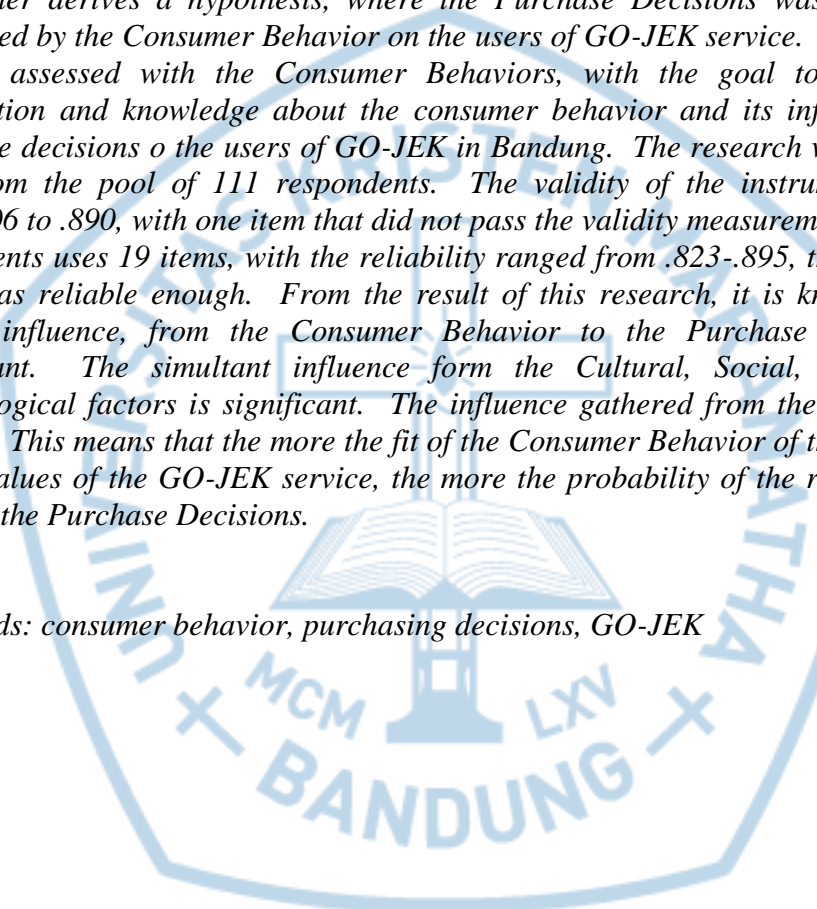
*Penelitian ini ditujukan untuk menguji seberapa besar Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada para pengguna GO-JEK di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode Kontribusi, dengan teknik Regresi Linier. Perilaku Konsumen dapat diamati dari Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis pada para pengguna GO-JEK di kota Bandung. Dalam penelitian ini, penulis membuat hipotesis, dimana Perilaku Konsumen akan memiliki pengaruh yang signifikan dengan Keputusan Pembelian pada jasa GO-JEK. Hal ini dapat dijelaskan melalui kegiatan Pembelian yang dilakukan oleh para Responden, dengan tujuan memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian khususnya pada GO-JEK di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan data dari 100 orang responden, dari 111 data yang diambil. Dari data yang ada, didapat validitas berkisar dari .306 sampai .870. terdapat 1 item yang ditolak sehingga tidak dapat digunakan, sehingga dari keseleuruhan item didapat 19 item yang dapat dipakai dalam pengambilan data. Reliabilitas berkisar antara .823-.875, yang berarti item-item yang ada sudah dianggap reliabel. Dari hasil penelitian, didapat bahwa pengaruh parsial yang ada antara Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian merupakan pengaruh yang signifikan. Sementa, pengaruh simultan yang ada antara faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis, juga memiliki pengaruh yang signifikan. Nilia pengaruh antara Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian adalah 51.5%. Hal ini berarti, semakin besar kesesuaian latar belakang perilaku konsumen dengan nilai-nilai dan fasilititas yang dimiliki oleh GO-JEK, maka akan semakin besar kemungkinan para responden melakukan Keputusan Pembelian.*

*Kata kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Kontribusi, GO-JEK*

## **ABSTRACT**

*This research is intended to test the degree of influence of Consumer Behavior to Purchase Decisions on the users of GO-JEK service, in Bandung. The research was using the contributonal method, with the technique of linear regression analysis. The Consumer Behavior, can be seen from the Cultural, Social, Private, and Psychological Factors of the users of GO –JEK service. On the research, the researcher derives a hypothesis, where the Purchase Decisions was significantly influenced by the Consumer Behavior on the users of GO-JEK service. This behavior can be assessed with the Consumer Behaviors, with the goal to provide the information and knowledge about the consumer behavior and its influence to the purchase decisions o the users of GO-JEK in Bandung. The research was using 100 data from the pool of 111 respondents. The validity of the instruments ranged from .306 to .890, with one item that did not pass the validity measurement. The final instruments uses 19 items, with the reliability ranged from .823-.895, that means the items was reliable enough. From the result of this research, it is known that the partial influence, from the Consumer Behavior to the Purchase Decisions is significant. The simulant influence form the Cultural, Social, Private, and Psychological factors is significant. The influence gathered from the regression is 51.5%. This means that the more the fit of the Consumer Behavior of the individuals to the values of the GO-JEK service, the more the probability of the respondents to achieve the Purchase Decisions.*

*Keywords: consumer behavior, purchasing decisions, GO-JEK*



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Kata Pengantar .....	iii
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	5
1.3.Maksud Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian .....	6

BAB II: KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	7
2.1. Kajian Pustaka.....	7
2.1. Rerangka Pemikiran.....	40
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....	45
3.1. Objek Penelitian.....	46
3.2. Jenis Penelitian.....	47
3.3. Populasi dan sampel.....	48
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5. Teknik Pengumpulan data.....	49
3.6. Uji Instrumen .....	50
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Hasil Penelitian .....	57

4.2. Pembahasan..... 73

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN..... 77

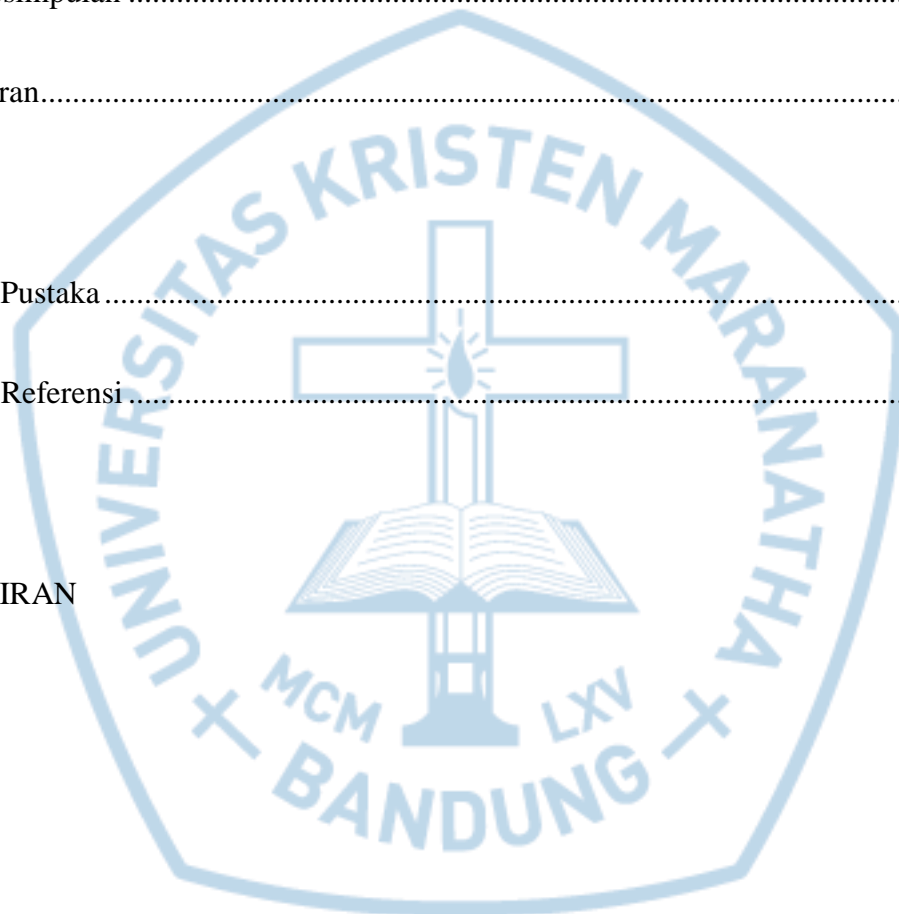
5.1. Kesimpulan ..... 77

5.2. Saran..... 78

Daftar Pustaka ..... 79

Daftar Referensi ..... 80

LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Rerangka Teori.....	40
Gambar 2: Rerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3: Model Penelitian.....	43
Gambar 4: Pengolahan Heteroskedadistitas dengan Scatterplot.....	63



## DAFTAR TABEL

Tabel hasil penelitian sebelumnya .....	42
Tabel Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	47
Tabel Deskriptif hasil penelitian .....	57
Tabel Validitas .....	58
Tabel Reliabilitas .....	59
Tabel Normalitas .....	60
Tabel Normalitas setelah perbaikan .....	61
Tabel Multikolinearitas .....	64
Tabel Korelasi .....	65
Tabel ANOVA .....	67
Tabel Model Summary .....	68
Tabel Coefficients .....	68
Tabel Coefficients parsial 1 .....	69
Tabel Coefficients parsial 2 .....	70
Tabel Coefficients parsial 3 .....	71
Tabel Coefficients parsial 4 .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: HASIL PENGOLAHAN DATA

LAMPIRAN B: ALAT UKUR KUESIONER

LAMPIRAN C: RIWAYAT HIDUP PENULIS

