

ABSTRACT

Retail business Grows food & baverage in Indonesia is caused by the Indonesian people ekomomi medium that increased, so that people's consumption patterns to experience a shift from utilitarian to becomes hedonist. This was due also to creativity manager counter that design boutique in such a manner so that they stimulate consumers so that it even feel at home to linger long in the morning. From this phenomenon that is so I'd like to try examine how the influence situation will to consumer purchasing decisions J. CO Donuts & Coffee Bandung.

Key words: Situation, purchasing decision, atmosphere.

ABSTRAK

Bertumbuhnya bisnis ritel food & beverage di Indonesia disebabkan oleh segmen ekonomi menengah masyarakat Indonesia yang meningkat, sehingga pola konsumsi masyarakat pun mengalami pergeseran dari utilitarian menjadi hedonis. Hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisa tentang variabel situasi pembelian meliputi: Lingkungan Fisik, Lingkungan Sosial, Pengaruh Waktu, Tujuan dan Keadaan Psikologis konsumen dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan data responden sejumlah 222 responden yang diolah dengan regresi sederhana melalui spss. Dari data tersebut, didapatkan hasil penelitian yaitu nilai pengaruh sebesar 22.1%, nilai signifikansi 0.000 dan rumusan penelitian ($Y=8.727+0.858x$). Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan atas situasi pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.Co Donuts & Coffee Bandung.

Kata kunci: Lingkungan Fisik, Lingkungan Sosial, Pengaruh Waktu, Tujuan Keadaan Psikologis, dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 12
2.1 Prilaku Konsumen.....	12
2.1.1 Faktor Budaya.....	13
2.1.2 Faktor Sosial.....	14
2.1.3 Faktor Pribadi.....	15
2.2 Karakteristik Situasi Pembelian.....	17
2.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
2.4 Pihak – Pihak Yang Terlibat dalam Keputusan Konsumen.....	22
2.4.1 Motif – Motif Pembelian.....	23
2.5 Tahap – Tahap Keputusan Konsumen.....	24
2.6 Rerangka Pemikiran.....	28
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.8 Hipotesis Penelitian.....	38
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 40
3.1 Populasi dan Sampel.....	40
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengambilan Data.....	42
3.4 Teknik Pengolahan Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Analisa Hasil Pengumpulan Data.....	47
4.1.1 Penyebaran Kuesioner.....	47
4.1.2 Profil Responden.....	48
4.2 Analisis Pengujian Instrumen.....	51
4.2.1 Validitas Kuesioner.....	51
4.2.2 Reliabilitas Kuesioner.....	53
4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tahapan dalam Kurva Siklus Hidup Produk.....	6
Gambar 2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 3 Model Penelitian.....	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Data Populasi Konsumen dalam Hari Sabtu.....39
Tabel II	Operasional Variabel.....40
Tabel III	Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....47
Tabel IV	Deskripsi Program Studi.....48
Tabel V	Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....49
Tabel VI	Deskripsi Usia Responden.....50
Tabel VII	Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden.....50
Tabel VIII	Hasil Uji Validitas.....51
Tabel IX	Hasil Uji Validitas.....52
Tabel X	Hasil Uji Reliabilitas Situasi Pembelian.....53
Tabel XI	Hasil Uji Reliabilitas Situasi Pembelian.....53
Tabel XII	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....54
Tabel XIII	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....54
Tabel XIV	Hasil Uji Mahalanobis.....55
Tabel XV	Hasil Uji Normalitas.....56
Tabel XVI	Hasil Uji Heterokedastisitas.....57
Tabel XVII	Hasil Pengujian Hipotesis.....57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A KUESIONER.....	66
Lampiran B Data Hasil Pengujian Mahalanobis.....	67