

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELETRONIK
DI MITRA HOME DEPO GORONTALO**

Oleh:

MOHAMAD IQRAM MUCHSIN

NIM. 931410153

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II



Dr. Yanti Aneta, S.Pd., M.Si
NIP. 19780704 200501 2 003



Rizan Machmud, S. Kom., M.Si
NIP. 19830710 200912 1 006

Gorontalo, Juli 2018

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Gorontalo**



Hais Dama, SE, M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELETRONIK
DI MITRA HOME DEPO GORONTALO

Oleh:





MOHAMAD IKRAM MUCHSIN
NIM. 931410153

Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada :

Hari/tanggal : Kamis, 27 Juli 2018

Pukul : 09.00 s/d selesai

Dosen Penguji :

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Hais Dama, SE, M.Si</u> NIP. 19730305 200212 1 003		_____
2. <u>Rusli Isa, M.Si</u> NIP. 19830725 200812 1 002		_____
3. <u>Dr. Yanti Aneta, S.Pd., M.Si</u> NIP. 19780704 200501 2 003		_____
4. <u>Rizan Machmud, S. Kom., M.Si</u> NIP. 19830710 200912 1 006		_____

Gorontalo, Juli 2018

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Gorontalo



Imran Rosman Hambali, S.Pd., S.E., MSA
NIP. 19700823 199903 1 005

ABSTRAK

Mohamad Ikram Muchsin. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Di Mitra Home Depo Gorontalo. Jurusan Manajemen Pemasaran . Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo. 2018.

Penelitian ini dimaksudkan bertujuan untuk: a) mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Mitra Home Depo Gorontalo, b) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Mitra Home Depo Gorontalo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif rancangan atau desain studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara a) wawancara, b) observasi, dan c) dokumentasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, a) perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk elektronik memiliki berbagai tipe sesuai dengan karakteristik pengalaman, informasi serta keyakinan yang dimiliki konsumen atas produk elektronik yang akan dibelinya, b) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk elektronik yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor *marketing strategy*. Berdasarkan simpulan tersebut dikemukakan beberapa saran sebagai berikut: a) penelitian terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen, dimana masing-masing faktor memiliki kompleksitas dan unsur subyektifitas dari konsumen. Hal ini terlihat dilapangan dan hasil penelitian bahwa konsumen memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memutuskan pembelian dan b) menggali lebih mendalam mengenai dimensi konstruk (tingkat pendapatan) dengan membandingkan tingkat pengeluaran, sehingga akan mendapat ketajaman penelitian khususnya untuk variabel pribadi konsumen.

ABSTRACT

Mohamad Ikram Muchsin. Factors Affecting Consumer Behavior Toward Electronic Product Purchasing Decisions at Gorontalo Home Depo Partners. Marketing Management Department. Economics and Business Faculty. Gorontalo State University. 2018.

This study is intended to aim at: a) knowing consumer behavior towards purchasing decisions of electronic products in Gorontalo Home Depo Partners, b) knowing the factors that influence consumer behavior towards purchasing decisions of electronic products at Gorontalo Home Depo Partners. The approach used in this study is a qualitative approach to case study design or design. Data collection techniques by means of a) interview, b) observation, and c) documentation

The results showed that, a) consumer behavior towards purchasing decisions of electronic products had various types according to the characteristics of experience, information and beliefs held by consumers for electronic products to be purchased, b) factors that influence consumer behavior towards electronic product purchasing decisions, namely cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors and marketing strategy factors. Based on these conclusions a number of suggestions are presented as follows: a) research on factors that can influence the behavior of consumer purchasing decisions, where each factor has the complexity and element of subjectivity of consumers. This can be seen in the field and the results of research that consumers have a substantial contribution in deciding the purchase and b) digging deeper into the construct dimension (income level) by comparing the level of expenditure, so that it will get the sharpness of research especially for the personal variables of consumers.

