

ABSTRAK

Wiwin Safitri. 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Swalayan H&R Kec. Arjasa. Skripsi : Program Studi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja. Pembimbing : Rusnani, S.E., M.M

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarannya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Swalayan H&R.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif data yang diperoleh berupa kata-kata atau tindakan yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan informan kunci, utama, dan pendukung. jenis penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas sebagai kondisi atau berbagai variabel, penelitian memilih pendekatan kualitatif dikarenakan permasalahan penelitian bersifat dinamis dan penuh makna.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa dalam memilih berbelanja di swalayan H&R konsumen dipengaruhi oleh faktor kelengkapan produk, harga produk, lokasi pembelanjaan, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan swalayan tersebut.

Kata Kunci : keputusan pembelian, kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan

ABSTRACT

Wiwini Safitri. 2022. *Analysis of Factors Influencing Consumer Decisions in Shopping at H&R Supermarkets in Kec. Arjasa.* Thesis : Study Program, Management, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University. Supervisor : Rusnani, S.E., M.M

Decision making can be considered as a result or output of mental or cognitive processes that lead to the selection of a course of action among several available alternatives. Every decision-making process always results in a final choice. The output can be an action (action) or an opinion on the choice. This study aims to determine whether the completeness of the product, price, location, and quality of service affect consumer decisions in shopping at H&R supermarkets.

The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The data obtained are in the form of words or actions obtained through observation, documentation, and interviews with key, main, and supporting informants. This type of research only describes, summarizes various conditions or various variables, the research chooses a qualitative approach because the research problem is dynamic and full of meaning.

Based on the research that has been done, the results show that in choosing to shop at H&R supermarkets, consumers are influenced by factors such as product completeness, product prices, shopping locations, and the quality of services provided by the supermarket employees.

Keywords: *purchasing decisions, product completeness, price, location, and service quality*