

ABSTRAK

Diah Suryani. NPM 434334022013019. Pengaruh Perilaku Konsumen dan Proses Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di *Strait Kitchen* Trans Studio Mall Bandung. Skripsi Program Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung Program Studi Manajemen 2017, dibawah bimbingan Irena Larashati SMB, M.M.

Penurunan penjualan pada *Straits Kitchen* merupakan hal yang melatar belakangi penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini ingin menganalisis pengaruh perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian di *Straits Kitchen* Trans Studio Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk pernyataan (kuesioner) yang ditujukan kepada konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall Bandung. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 70 orang responden.

Adapun metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan analisis data korelasi, analisis jalur dan analisis koefisien determinasi dengan terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas data. Pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16. Berdasarkan analisis keseluruhan data yang diperoleh bahwa perilaku konsumen di *Straits Kitchen* menunjukkan kategori cukup baik, proses psikologis konsumen *Straits Kitchen* menunjukkan kategori baik sedangkan keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* menunjukkan kategori cukup baik. Perilaku konsumen memiliki pengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian sebesar 17,4% dan pengaruh tidak langsung 17,4% total pengaruhnya yaitu 34,8%. Sedangkan Proses Psikologis memiliki pengaruh langsung terhadap Keputusan Pembelian sebesar 25,9% dan pengaruh tidak langsung 17,4% total pengaruhnya 43,3%. Perilaku Konsumen dan Proses Psikologis memiliki pengaruh sebesar 78,1% dengan demikian bahwa pengaruh kedua variabel tersebut termasuk kedalam kategori sangat signifikan dan sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain perilaku konsumen dan proses psikologis yang kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian namun tidak dilakukan penelitian oleh penulis.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Proses Psikologis, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Diah Suryani. NPM 434334022013019. Influence consumer behaviour and psychological process against purchase decisions Straits Kitchen Trans Studio Mall in Bandung. Thesis program (S1) holders of high school economics Pasundan Bandung 2017 management studies program, under the guidance of Irena Larashati SMB, M.M.

Decrease in sales on Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung the background of research. Therefore, this study wanted to analyze the influence of consumer psychological processes to purchase decisions in Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung.

This research aims to test the influence of consumer behaviour and the psychological process of purchase at Straits Kitchen Trans Studio Mall in Bandung. The methods used in this research is descriptive and verifikatif methods. The source of the data used in this research is a form statement (questionnaire) devoted to consumer Straits Kitchen Trans Studio Mall in Bandung. As for the number of respondents in this research are numbered 70 people respondents.

As for the statistical methods used in this research is descriptive and verifikatif methods. By using the data analysis correlation, path analysis and the analysis of the coefficient of determination by first conducting test validity and reliability of data. Data processing using program SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 16. Based on the overall analysis of the data obtained that consumer behaviour in the Straits Kitchen shows categories are good enough, the process of consumer psychological Straits Kitchen shows categories of consumer purchasing decisions while both Straits Kitchen shows categories quite nicely. Consumer behaviour has a direct influence purchasing decisions amounted to 17.4% and indirect influence of 17.4% total influence i.e 34.8%. while the direct influence of the psychological process of purchase amounted to 25.9% and indirect influence of 17.4% total influence 43.3% Consumer behaviour and the process of Psychological influence of 78.1% thereby that the influence of both these variable are included into the category of very significant and the rest of 21.9% are influences by factors other than behaviour consumers and the psychological processes that are likely to affect purchasing decisions but not done research by the author.

Keywords : Consumer Behaviour, Psychological Processes, Purchase Decisions.