

ABSTRAK

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK UMKM KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh

Siti Fatimah Hardiyani
1922310014

Di era globalisasi proses bisnis mengalami perubahan yang cukup pesat, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi pelaku bisnis yang berdampak banyaknya bisnis baru bermunculan membuat persaingan semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, perceived behavioral control terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM di Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana penjelasannya bersifat objektif dengan menjelaskan pendekatan- pendekatan yang ada dengan sampel berjumlah 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan data penelitian diolah dengan menggunakan SPSS 16. Ada empat variabel dalam penelitian ini yaitu : 3 (tiga) Variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat dimana Sikap (X_1) Norma Subjektif (X_2) dan Perceived Behavioral Control (X_3) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian produk (Y) sebagai variabel terikat.

Dari hasil pengolahan data telah berhasil ditemukan jawaban hipotesis yakni sebagai berikut; terdapat pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian produk, dengan tingkat pengaruh (R-square) sebesar 17,9 %. Terdapat pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian produk dengan tingkat pengaruh (R- square) sebesar 17,6 % dan Perceived Behavioral Control (X_3) terhadap Keputusan Pembelian produk, dengan tingkat pengaruh sebesar 32,5 % %. Terdapat pengaruh antara Sikap, Norma Subjektif dan Perceived Behavioral Control bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian produk, dengan tingkat pengaruh sebesar 36,7 %.

Kata kunci : Sikap, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control dan Keputusan Pembelian produk.