

ABSTRAK

ANALISI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT TULIS KANTOR (ATK) DI PUSHPIN BANDAR LAMPUNG

Oleh

Handini

1812110288

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja dan paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) di Pushpin Bandar Lampung. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor citra merek, faktor varian produk, faktor suasana toko, faktor minat konsumen, faktor gaya hidup, faktor distribusi. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dan deskriptif dengan menggunakan metode uji Cochran Q test untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pembeli Alat Tulis Kantor (ATK) di Pushpin Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability* sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 110 responden. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi dan dominan dalam keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) Pushpin Bandar Lampung. Dari 11 faktor ternyata terdapat 5 faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi.

Kata Kunci: *Cochran Q Test, Faktor keputusan pembelian*

ABSTRACT**THE ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION
ON OFFICE STATIONARY AT PUSHPIN BANDAR LAMPUNG****Handini
1812110288**

The purpose of this study was to analyze what were the most dominant factors that affected the purchase decisions on Office Stationery (Indonesian: *Alat Tulis Kantor* (ATK)) at Pushpin Bandar Lampung. The factors used in this study were product quality factors, price factors, service factors, location factors, promotion factors, brand image factors, product variant factors, store atmosphere factors, consumer interest factors, lifestyle factors, distribution factors. This type of research was quantitative and descriptive using the Cochran Q test method to see what factors affected the purchase decisions. The population chosen in this study was the buyers of Office Stationery (ATK) at Pushpin Bandar Lampung. The sampling method used in this research was non-probability sampling method using the purposive sampling technique. The number of sample in the study was 110 respondents. The result of the analysis showed that there were factors that affected and were dominant in purchase decisions on Pushpin Bandar Lampung Office Stationery (ATK). Of the 11 factors, it turned out that there were 5 dominant factors that affected the purchase decisions, namely, product quality factors, price factors, service factors, location factors, promotion factors.

Keywords: Cochran Q Test, Purchase decision factors

