

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *HYPERMARKET* DI KOTA BATAM

Jecksen
NPM : 1641095

ABSTRAK

Pengkajian yang dilakukan ini menggunakan objek yang memiliki tujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang dapat dipengaruhi keputusan pembelian bagi masyarakat terhadap *Hypermarket* di Kota Batam. Pengkajian yang dilakukan ini juga memiliki tujuan untuk membantu semua pihak terkait untuk memperhatikan faktor tersebut agar dapat menarik konsumen untuk melakukan transaksi pembelian pada *Hypermarket* di Kota Batam.

Pengkajian yang dilakukan ini ditujukan kepada Konsumen yang telah pernah berkunjung ke *Hypermarket* di Kota Batam untuk sekedar mengunjungi ataupun melakukan transaksi pembelian di *Hypermarket* seperti, *Carrefour*, *Hypermart* dan *Lotte Mart*. Sebanyak 380 Kuesioner dibagikan untuk pengujian yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.

Hasil dari Pengkajian menyatakan seluruh variabel independen diantaranya adalah *CSR*, *Social Media Marketing*, *Store Environment*, *Sales Promotion*, *Perceived Value* yang mempengaruhi *Purchase Decision*

Kata kunci : *purchase decision*, keputusan pembelian, *perceived value*, *social media marketing*, *store environment*, *sales promotion*.