

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE DECISION* KONSUMEN PADA *CONVENIENCE STORE* DI KOTA BATAM

Ferni
NPM: 1641103

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk menguji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *purchase decision* konsumen pada *convenience store* di Batam. Pada penelitian ini akan digunakan beberapa variabel sebagai berikut *CSR*, *social media marketing*, *store environment*, *sales promotion*, dan *purchase value*. Di Batam terdiri beberapa *convenience store* yang dapat kita temukan seperti Alfamart, Indomaret, dan Circle K, sehingga menjadi salah satu topik yang menarik di Batam.

Purposive sampling adalah metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan adanya kategori yang harus dipenuhi yaitu masyarakat kota Batam yang berbelanja di *convenience store*. Penelitian ini juga akan menggunakan program SPSS versi 25.0 untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan dependen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* dan *CSR* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap *purchase decision*. Variabel *sales promotion*, *store environment*, dan *purchase value* memiliki hubungan yang signifikan positif terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *CSR*, *social media marketing*, *sales promotion*, *store environment*, *purchase value*, *purchase decision*