

ANALISIS SIKAP KONSUMEN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OUTLET FLASHY BANDUNG

Disusun oleh:

SYIFA ZATIL AQMAR

Pembimbing:

Deni Hamdani,SE.,M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian di outlet Flashy Bandung serta tanggapan yang diberikan responden yang pernah membeli produk di Flashy.

Objek yang diteliti adalah outlet Flashy yang beralamatkan di Jl. Dipatiukur No.1, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden dengan teknik *simple random sampling* dalam pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data meliputi studi lapangan berupa kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua data sikap dan keputusan pembelian valid dan reliabel. Hasil pengujian uji-t menunjukkan nilai koefisien Sikap 0,617 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,183 dan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Sikap mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: sikap konsumen, keputusan pembelian, *fashion*

**ANALYSIS OF CONSUMER'S ATTITUDE AND ITS EFFECT ON
PURCHASING DECISIONS AT FLASHY BANDUNG OUTLET**

Written by:

SYIFA ZATIL AQMAR

Supervisor:

Deni Hamdani,SE.,M.Si

ABSTRACT

This research aims to know the influence of consumer attitudes towards buying decision in Bandung as well as Flashy outlets responses given respondents who never buy products in a Flashy.

The object examined was a Flashy addressed outlet on JL. Dipatiukur no. 1, Lebakgede, an area, Bandung. The methods used in this research is descriptive. The number of samples taken is 100 respondents with simple random sampling techniques in sampling. Data collection techniques include field studies in the form of a questionnaire.

The results showed that the attitude and purchasing decisions reliabel and valid. T-test test results indicate the value of the coefficient value thitung 0.617 Attitude amounted to 4,183 significance and level of 0.000. Based on the results of the research that has been done shows that Attitudes have influence on purchasing decisions.

Keywords: consumers attitude, purchasing decisions, fashion