

PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK ADVAN

Ditulis Oleh:

Michael

Dibimbing Oleh:

Dr. Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si Msm.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada produk merek Advan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah memakai/menggunakan laptop Advan di Kota Jakarta. Dengan jumlah 120 sampel menggunakan pendekatan sampling purposive, instrumen analisis statistik menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji signifikan parsial (uji t) dengan bantuan software spss versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Preferensi Konsumen pada Produk laptop Advan di kota Jakarta termasuk dalam kategori “kurang baik”. dan Keputusan Pembelian pada Produk laptop Advan di kota Jakarta termasuk dalam kategori “kurang baik”. Hasil dari Berdasarkan temuan penulis bahwa Preferensi Konsumen berpengaruh Positif dan signifikan, secara parsial dengan presentase 57,3% terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

CONSUMER PREFERENCES TOWARDS DECISIONS TO PURCHASE ADVAN BRAND PRODUCT

Written by:

Michael

Preceptor:

Dr. Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si Msm.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of consumer preferences on purchasing decisions for Advan brand products. The population in this research are people who have used/used Advan laptops in the city of Jakarta. With a total of 120 samples using a purposive sampling approach, statistical analysis instruments use validity tests, reliability tests, descriptive analysis, classical assumption tests, normality tests, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, partial significance test (t test) with the help of SPSS software version 27. The research results show that consumer preferences for Advan laptop products in the city of Jakarta are included in the "not good" category. and Purchase Decisions on Advan laptop products in the city of Jakarta are included in the "not good" category. Results: Based on the author's findings, consumer preferences have a significant effect, also partially, with a percentage of 57.3% on purchasing decisions.

Keywords: Consumer Preferences, Purchase Decisions