

ABSTRAK

PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA PADA TOKO BUSANA MAIMUN DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh:

OKTAVIANA ADINDA PRATIWI

Keterlibatan juga terjadi pada proses keputusan pembelian barang shopping yaitu konsumen dalam memutuskan pembelian memerlukan pemikiran tertentu seperti harga kualitas dan lokasi penjual. Konsumen mengalami keterlibatan untuk memutuskan membeli sebuah Busana. Pihak perusahaan harus lebih cermat dalam melayani pelanggan sehingga kesetiaan terhadap perusahaan tercapai dan Toko Busana Maimun dapat memanfaatkan keterlibatan konsumen untuk meningkatkan volume penjualannya. Permasalahannya adalah apakah keterlibatan konsumen yang terdiri dari faktor Pribadi, Produk dan Situasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana pada Toko Maimun di Bandar Lampung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan dengan menggunakan regresi linear berganda bahwa faktor pribadi (X1), faktor produk (X2) dan faktor situasi (X3) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Busana Pakaian pada Toko Maimun di Bandar Lampung. Dengan besarnya pengaruh seperti ditunjukkan oleh nilai Koefisien determinasi $R^2 = 0,677$.

Kata Kunci: Keterlibatan Konsumen, Faktor Pribadi, Produk dan Situas

ABSTRACT

**THE EFFECT OF CONSUMER ENGAGEMENT ON CLOTHING
PURCHASE DECISIONS AT MAIMUN CLOTHING STORE IN BANDAR
LAMPUNG CITY**

By:
OKTAVIANA ADINDA PRATIWI

Involvement also occurs in the purchasing decision process of shopping goods, namely consumers in deciding purchases require certain thoughts such as price, quality and location of the seller. Consumers experience involvement to decide to buy a clothing. The company must be more careful in serving customers so that loyalty to the company is achieved and the Maimun Clothing Store can take advantage of consumer involvement to increase its sales volume. The problem is whether consumer involvement which consists of Personal, Product and Situation factors affect the decision to purchase clothing at the Maimun Shop in Bandar Lampung. Based on the results of the research that has been done, and using multiple linear regression that personal factors (X1), product factors (X2) and situational factors (X3) have a simultaneous and partial effect on consumer purchasing decisions of Clothing Clothing at the Maimun Shop in Bandar Lampung. With the magnitude of the effect as shown by the value of the coefficient of determination $R^2 = 0.677$.

Keywords: Consumer Involvement, Personal Factors, Product and Situation