

ABSTRAK:**Analisis Keputusan Konsumen Berbelanja Dipasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tangor Kota Pekanbaru)****Oleh :****Evi Muziarti****145210583**

Pasar Tangor merupakan salah satu jenis pasar tradisional yang cukup diminati masyarakat pekanbaru khususnya masyarakat yang tinggal di daerah tenayan raya. Pasar tradisional ini awalnya hanyalah pasar kaget yang hanya muncul seminggu sekali, namun karena perkembangan penduduk yang lumayan pesat pasar ini beroperasi setiap hari. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pasar tradisional (studi kasus pasar tangor kota pekanbaru) serta untuk mengetahui faktor apakah yang paling mempengaruhi keputusan pembelian pada pasar tangor. jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner dan wawancara. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang berbelanja di pasar Tangor Kota Pekanbaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Accidental Non Probability sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial hanya faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

An Analysis on the decisions of consumers shopping at Traditional markets (Pekanbaru Tangor market case studies)

By :

Evi Muziarti

145210583

Tangor market is one of the traditional markets that are quite popular among the people of Pekanbaru especially people who live in Tenayan Raya. This traditional market was originally just a “pasar kaget” that appeared once a week. However, due to fairly rapid population development, this market is operating every day. The purpose of this research is to find out what factors influence purchasing decisions in traditional markets (Pekanbaru Tangor market case studies) and to find out what the most factors is that influence the purchasing decisions on the Tangor market. The types and the sources of the data used are primary data and secondary data, data collection techniques obtained through questionnaires and interviews. The population of this research is all consumers who shop at the Pekanbaru Tangor market. Sampling is done by Accidental non probability sampling method, which is accidental sampling.

The results showed that partially only cultural factors, personal factors and psychological factors influence purchasing decisions, while simultaneously cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors have a significant effect.

Keyword: cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors and purchasing decisions