

ABSTRACT
FACTOR FACTORS AFFECTING DECISIONS
CUSTOMER CONSUMES FORMULA 1 SHAKE MIX HERBALIFE
(Case Studies at Home Nutrition Club Kece Badai Pekanbaru)

By:

Jamal Qurtubi

The study aimed at analyzing the factors that affect purchasing outcomes in consuming the Herbalife Shake Mix consisting of psychological factors, products and prices (case studies on nutrition house club kece storm, Pekanbaru). And to find out whether these factors have achieved the purchase of the Formula 1 Shake Mix Herbalife. Population in this research is consumer at Home of Nutrition Club Kece Storm about 60 people. Researcher take sample of 40 consumer with random sampling method, that is sample taken at random by using questionnaires conducted directly by researcher to consumer Rumah Nutrisi Klub Kece Hurricane.

From the results of research To know the psychological variables, products and prices have a relationship with the purchase decision. The results of the research of the coefficient of determination of psychological variables, products and prices on consumer purchasing decisions in Formula 1 Shake Mix Herbalife formula, and of the three most dominant variables are psychological variables, including product variables and price variables of quality to purchase decisions.

Keywords: purchase decision, psychological, product, and price

ABSTRAK

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGKONSUMSI FORMULA 1 SHAKE MIX HERBALIFE

(Studi Kasus di Rumah Nutrisi Klub Kece Badai Pekanbaru)

Oleh:

Jamal Qurtubi

Penelitian ini bertujuan menganalisa fakto-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam mengkonsumsi Shake Mix Herbalife yang terdiri dari faktor psikologis, produk dan harga (studi kasus pada rumah nutrisi klub kece badai, pekanbaru). Dan untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian Formula 1 Shake Mix Herbalife. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Rumah Nutrisi Klub Kece Badai sejumlah 60 orang. Peneliti mengambil sampel 40 orang konsumen dengan metode random sampling, yaitu sample diambil secara acak. Teknik pengumpulan data dengan daftar pernyataan (kuesioner) yang diberikan langsung oleh peneliti kepada konsumen Rumah Nutrisi Klub Kece Badai.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel psikologis, produk dan harga mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian. Dan hasil penelitian menunjukkan dari nilai koefisien determinasi dari variabel psikologis, produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi Formula 1 Shake Mix Herbalife, dan dari ketiga variabel tersebut yang paling mendominan adalah variabel psikologis, sedangkan variabel produk dan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, psikologis, produk, dan harga