

ABSTRAK

Sintya Nurholiah Fitri, 3402200007. “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Toko *Handphone* Rosi Store Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr.NurdianaMulyatini,S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan Ali Muhidin,S.Pd.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Toko *Handphone* Rosi Store Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1.Bagaimana Perilaku Konsumen di toko *handphone* Rosi Store Ciamis?;2.Bagaimana Pengambilan Keputusan pembelian di toko *handphone* Rosi Store Ciamis?;3.Bagaimana Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di toko *handphone* Rosi Store Ciamis?.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1.Perilaku konsumen di toko *handphone* Rosi Store Ciamis;2.Pengambilan keputusan pembelian di toko *handphone* Rosi Store Ciamis;3.Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di toko *handphone* Rosi Store Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi, dan uji hipotesis(uji t).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa hubungan antara perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian berada di kategori kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,692, perilaku konsumen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dengan nilai 47,88% serta hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga hipotesis diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian

Diharapkan Rosi Store Ciamis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, menciptakan daya tarik dan meningkatkan pelayanan terkait keramahan serta menciptakan daya tarik yang baru.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen,Pengambilan Keputusan Pembelian