

1. PEMASARAN
- ADLN - PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
2. MANAJEMEN PERUSAHAAN
3. KONSUMEN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOMPUTER
RAKITAN DI PUSAT KOMPUTER MAL SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



KK
B 94199
Pae
a

DIAJUKAN OLEH :

WAHYU POETRANTO
No. Pokok : 049314430

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1999**

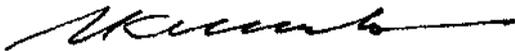
SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOMPUTER
RAKITAN DI PUSAT KOMPUTER MAL SURABAYA

DIAJUKAN OLEH:
WAHYU POETRANTO
No. Pokok : 049314430

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. Ec. HERMAWANTO, MBA, M.Sc.

Tanggal 9/6/1999

KETUA JURUSAN MANAJEMEN



Dr. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

Tanggal 1/9/1999

ABSTRAKSI

Banyaknya toko distributor komputer yang terdapat di Pusat Komputer Mal Surabaya menyebabkan persaingan di antara toko distributor komputer tersebut menjadi sangat tajam, sehingga sebuah toko distributor harus dapat memperbaiki strategi pemasarannya untuk bisa mendapatkan pembeli. Cara terbaik yang perlu dicoba oleh sebuah toko distributor komputer adalah dengan mempelajari perilaku konsumen yang membeli komputer di tempat tersebut. Salah satu perilaku konsumen yang bisa diamati adalah keterlibatan konsumen dalam pembelian komputer. Dengan mempelajari perilaku konsumen berdasarkan keterlibatannya, maka dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan mereka terlibat dengan pembelian komputer khususnya komputer rakitan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang diduga mempengaruhi keterlibatan konsumen dalam pembelian komputer rakitan adalah faktor personal, faktor produk, faktor resiko dan faktor ketertarikan konsumen. Dari hasil analisis ini nantinya akan didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,207 + 0,325 X_1 + 0,263 X_2 + 0,336 X_3 + 0,195 X_4$$

sehingga dari persamaan tersebut nantinya dapat disimpulkan faktor mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keterlibatan konsumen dalam pembelian, dan dari simpulan itu pula akan dapat diberikan saran-saran mengenai promosi apa yang sebaiknya dilakukan serta ditonjolkan oleh sebuah toko distributor komputer agar dapat menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian pada toko distributor yang menerapkan hasil penelitian ini.