

ABSTRACT

Consumer behavior is always changing and consumers are not the same between the one with the other consumers. This is because consumers tend not to be satisfied and always want something more than what he expected about a product or service offered. Therefore, it is necessary to research conducted on consumer behavior. Purpose of this study is to determine consumer behavior in shopping at modern shopping center of Surabaya. This research is a descriptive study using respondent characteristics are residing in Surabaya and never shop at a modern shopping center at least 3 times within the last 6 months and at least high school educated. The number of respondent used in the study was 125. Data processing method used in this study is the analysis of the frequency distributions, bar charts, and cross tabulation. The result of the study of consumer behavior are as follows: clothing items that are often purchased by consumer when shopping, Tunjungan Plaza shopping center into a consumer choice, the goods are complete and affordable. Main reason consumers shop, consumer characteristics were responders: student/college student with female gender by the age of 18-22 years and expenditures less than Rp700.000,-, friend/girlfriend to be the most frequent consumers when shopping, the frequency of most consumers shop in 1 month is 1x, and consumers who were satisfied after shopping at the shopping center obtain the desired goods.

Keyword : Consumer Behavior, Study of Consumer Behavior

INTISARI

Perilaku konsumen selalu berubah-ubah dan tidak sama antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. Hal ini disebabkan karena konsumen cenderung untuk tidak puas dan selalu menginginkan sesuatu yang lebih dari apa yang diharapkannya mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu maka perlu diadakan penelitian tentang Perilaku Konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Perilaku Konsumen dalam berbelanja di pusat perbelanjaan moderen kota Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan karakteristik adalah responden yang bertempat tinggal di Surabaya dan pernah berbelanja di pusat perbelanjaan moderen minimal 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dan berpendidikan minimal SMA. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 125. Metode pengolahan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analisis distribusi frekuensi, diagram batang, dan tabulasi silang. Hasil dari penelitian perilaku konsumen ini adalah sebagai berikut pakaian merupakan barang yang sering dibeli oleh konsumen ketika berbelanja, Tunjungan Plaza menjadi pusat perbelanjaan yang menjadi pilihan konsumen, barang yang lengkap dan harga terjangkau menjadi alasan utama konsumen berbelanja, karakteristik konsumen adalah responden pelajar/mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan dengan usia 18-22 tahun dan pengeluaran rutin kurang dari Rp 700.000, teman/pacar menjadi pihak yang paling mempengaruhi konsumen berbelanja, sabtu menjadi waktu paling sering konsumen berbelanja, frekuensi paling banyak konsumen berbelanja dalam waktu 1 bulan adalah 1 x, dan konsumen banyak yang merasa puas setelah berbelanja di pusat perbelanjaan karena mendapatkan barang yang diinginkan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Studi Perilaku Konsumen