

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen *laptop* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumen yaitu: apa yang dibeli, siapa yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian, mengapa dibeli, di mana membeli, kapan membeli dan seberapa sering menggunakan. Semua variabel tersebut digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen *laptop* di Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian riset deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik survei dengan membagikan kuesioner. Jenis data yang dipakai adalah data primer. Aras yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras nominal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah orang yang tinggal di Surabaya dan mempunyai dan menggunakan *laptop*. Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 sampel.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa perilaku konsumen di Surabaya dalam membeli dan menggunakan laptop cukup beragam.

Kata kunci: Deskriptif, perilaku Konsumen, kuantitatif

ABSTRACT

The objective of the research is to know the consumers behavior in buying a laptop in Surabaya. This research use some consumers behavior variables which are what they buy, who is influences in the buying, why they buy, where they buy, when they buy and how often they use. All that variables have used to know the consumers behavior in Surabaya.

This research is kind of descriptive research. This research use quantitative approach. Technique that used in this research is survey technique and did by distribute questioners. The source of data and information that used in this research is primer data. Technical sample that used in this research is quota sampling. The sample of this research is people who lived in Surabaya and also had bought and use laptop. The sizes of the sample in this research are 150 samples.

The result of this research is consumer's behavior in buying and using laptop in Surabaya is various enough.

Keywords: Descriptive, consumer's behavior, quantitative

