

INTISARI

Hypermarket Carrefour merupakan pemimpin pasar *Hypermarket* di Indonesia saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan menguji perbedaan faktor –faktor *external influence* yang mempengaruhi perilaku konsumen yang sering membeli dan jarang membeli di *Hypermarket Carrefour* Surabaya. Penelitian ini melakukan pengujian dengan metode diskriminan dengan menggunakan *software* SPSS versi 13. Manfaat penelitian ini adalah memberikan informasi tentang perbedaan faktor – faktor *external influences* yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan untuk melakukan pembelian di *Hypermarket Carrefour* Surabaya. Dengan demikian manajemen *Hypermarket Carrefour* dapat mengambil strategi pemasaran yang tepat tahap awal dari penelitian ini adalah mengidentifikasi populasi dan sampel, setelah itu dilakukan penyebaran kuesioner terhadap konsumen yang pernah berbelanja di *Hypermarket Carrefour*. Tahap berikutnya adalah pengujian instrument dengan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian diolah dengan menggunakan analisis diskriminan. Berdasarkan hasil pengolahan data, terdapat perbedaan faktor –faktor *external influence* yang mempengaruhi perilaku konsumen yang sering membeli dan jarang membeli di *Hypermarket Carrefour* Surabaya. Variabel yang paling membedakan adalah potongan harga, keluarga, dan produk yang *fresh*.
Kata kunci : konsumen, perilaku konsumen, analisis diskriminan, strategi pemasaran