

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MINANG MART DI KOTA PADANG PADANG**

¹ Ridho Pernandes, ²Zeshasina Rosha, ²Lindawati
¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

E-mail : pernandesridho@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id,
lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Minang Mart Kota Padang. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 138 orang. Metode penelitian menggunakan metode analisis faktor. Data diolah menggunakan SPSS versi 16.0. Hasil penelitian menemukan keputusan pembelian konsumen Minang Mart dipengaruhi oleh 6 faktor yaitu: harga, transportasi, kesopanan dan keramahan karyawan, fasilitas, kecepatan karyawan dan area parkir.

Kata kunci : Analisis faktor, keputusan pembelian

***FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION OF BUYING MINANG MART
CONSUMERS IN PADANG PADANG CITY***

¹Ridho Pernandes, ²Zeshasina Rosha, ²Lindawati
¹ *Management Student, Faculty of Economics and Business,*

Universitas Bung Hatta
²*Lecturer in Management, Faculty of Economics and Business,*
Universitas Bung Hatta
E-mail : pernandesridho@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id,
lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the factors considered by consumers in making purchasing decisions at Minang Mart, Padang City. The type of data used is primary data. The sampling technique uses purposive sampling with a total sample of 138 people. The research method uses the factor analysis method. Data is processed using SPSS version 16.0. The results of the study found that the purchasing decision of Minang Mart consumers was influenced by 6 factors: price, transportation, politeness and friendliness of employees, facilities, employee speed and parking area.

Keywords : factor analysis, purchase decisions