

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam memutuskan membeli helm merk KYT dan menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk helm merk KYT. Penelitian ini dilakukan di Wiyung Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode accidental sampling. Pemakaian helm merupakan kewajiban utama bagi pengendara sepeda motor. Selain itu helm merk KYT sudah memenuhi standar keamanan yang tercantum tulisan DOT ataupun SNI sebagai simbol bahwa helm ini sudah memenuhi standar nasional indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis confirmatory factor analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata rata dari perilaku konsumen yaitu kepuasan pembelian, kepercayaan dan promosi. Masing masing variabel memiliki nilai rendah 0,05. Hasil pengujian juga memperlihatkan daya tanggap yang berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.

Kata kunci : Dimensi Perilaku Konsumen, Kepercayaan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer behavior in deciding to buy KYT helmets and analyze factors that influence consumer behavior in purchasing decisions for KYT helmets. This research was conducted in Wiyung Surabaya. The method used in this research is a case study. Data collection is done by accidental sampling method. The use of helmets is a major obligation for motorcyclists. In addition, the KYT brand helmet has met the safety standards listed in the DOT or SNI writings as a symbol that this helmet has met Indonesian national standards. This research uses confirmatory factor analysis method. The results of this study indicate that the average value of consumer behavior is purchase satisfaction, trust and promotion. Each variable has a low value of 0.05. The test results also show responsiveness that affects customer trust.

Keywords: Dimensions Of Consumer Behavior, Consumer Trust