

## SHOPPING ORIENTATION : SEBUAH PENDEKATAN MEMPREDIKSI MINAT BELI

<b>Title</b>	SHOPPING ORIENTATION : SEBUAH PENDEKATAN MEMPREDIKSI MINAT BELI
<b>Author Order</b>	of
<b>Accreditation</b>	3
<b>Abstract</b>	<p>Perkembangan bisnis harus disikapi secara berbeda oleh setiap pihak. Bagi konsumen, maraknya bisnis baru yang muncul semakin menguntungkan mereka, tetapi bagi pemasar pertumbuhan bisnis bisa menjadi bencana karena semakin ketatnya persaingan. Oleh karena itu pemasar harus memahami apa yang menjadi motivasi atau mendorong niat beli konsumen dan melakukan keputusan pembelian. Saat ini perkembangan bisnis batik di Indonesia sangat pesat. Pemasar batik diharuskan pintar mengolah strategi untuk bertahan di pasar, salah satunya adalah dengan mempelajari motivasi belanja konsumen. Motivasi, atau lebih dikenal dengan orientasi belanja diyakini memiliki pengaruh terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan 100 orang konsumen batik di Purwokerto dan sekitarnya dan regresi berganda sebagai alat analisis. Hasilnya, dari enam variabel orientasi belanja, terbukti bahwa kualitas produk dan belanja impulsif memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen.</p>
<b>Publisher Name</b>	Faculty of Economics and Business Universitas Jenderal Soedirman
<b>Publish Date</b>	2019-01-31
<b>Publish Year</b>	2019
<b>Doi</b>	DOI: 10.20884/1.jp.2019.26.1.1418
<b>Citation</b>	
<b>Source</b>	Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi
<b>Source Issue</b>	Vol 26 No 1 (2019): Performance
<b>Source Page</b>	58-65
<b>Url</b>	<a href="http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/1418">http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/1418</a>
<b>Author</b>	Dr. E. SITI ZULAIKHA WULANDARI, S.E., M.Si