

SHOPPING ORIENTATION : SEBUAH PENDEKATAN MEMPREDIKSI MINAT BELI

Title	SHOPPING ORIENTATION : SEBUAH PENDEKATAN MEMPREDIKSI MINAT BELI
Author Order	of
Accreditation	3
Abstract	<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>
Publisher Name	Faculty of Economics and Business Universitas Jenderal Soedirman
Publish Date	2019-01-31
Publish Year	2019
Doi	DOI: 10.20884/1.jp.2019.26.1.1418
Citation	
Source	Performance
Source Issue	Vol 26 No 1 (2019): Performance
Source Page	58-65
Url	http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/1418
Author	Dr. E. SITI ZULAIKHA WULANDARI, S.E., M.Si