PENGARUH *ACTIVITIES, INTEREST,* DAN *OPINION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG

(Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)

Disusun Oleh :

M. RICHARD ANUGRAH

01011381621141

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG

(Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)

Disusun Oleh :

Nama	: M. Richard Anugrah
NIM	: 01011381621141
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam melanjutkan ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan — Dosen Pembimbing

Tanggal : 03-05-2021 — Ketua

Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M
NIP.196911081994012001

Tanggal : 28-04-2021 — Anggota

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP.197205292006042001

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI 30/7.21.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama	: M.Richard Anugrah Utama
NIM	: 01011381621141
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian / Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 11 Juni 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 11 Juni 2021

Ketua

Hj Nofiawaty, S.E., M.M
NIP. 196911081994012001

Anggota

Dr. Aslamia Rosa S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Anggota

Welly Nailis S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Kepala Jurusan Manajemen
Ku.

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Richard Anugrah

NIM : 01011381621141

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

PENGARUH *ACTIVITIES*, *INTEREST*, DAN *OPINION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG
(Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)

Pembimbing

Ketua : Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M
Anggota : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Tanggal Ujian : 11 Juni 2021

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesajarnaan.

Palembang, 25 Juni 2021

Pembuat Pernyataan

M. Richard Anugrah
NIM. 01011381621141

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"If there must be trouble, let it be in my day, that my child may have peace."

-Thomas Paine-

"Don't roll the dice if you can't pay the price."

-Ziad K. Abdelnour-

Kupersembahkan Kepada :

- Kedua Orang Tua Tercinta
- Sahabat-Sahabat Tersayang
- Rekan-Rekan Seperjuangan
- Almamaterku yang kuhormati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Activity, Interest Serta Opini Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hompizz Pizza Palembang (Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)".Penulis menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi Program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Activities, Interest dan Opinion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hompizz Pizza Palembang (Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)". .Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi di masa yang akan datang.

Palembang, 26 Juni 2021

Penulis,

M. Richard Anugrah

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas doa, bimbingan, dukungan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) ini, terutama kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, kemudahan, kelancaran dan petunjuk, yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A., selaku Pengelola Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dalam mengikuti perkuliahan.
6. Hj. Nofiawaty, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan banyak waktu untuk membantu dan mendukung dalam penulisan Skripsi ini.
7. Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan Skripsi ini.

8. Welly Nailis, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah sangat membantu, mendukung, serta memberikan sumbangsih pemikirannya dalam penulisan Skripsi ini.
9. Orang tua tercinta, papa , mama , adik berkat doa dan dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang yang telah membantu dengan memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
11. Teman-teman diluar kampus yang telah membantu memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.

Palembang, 26 Juni 2021

Penulis,

M. Richard Anugrah
NIM 01011381621141

ABSTRAK

PENGARUH ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG

(Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang)

Oleh :

M. Richard Anugrah Utama

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh activies, interest, dan opinion terhadap keputusan pembelian konsumen Hompizz Pizza Palembang (Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang). Populasi dalam penelitian ini konsumen Hompizz Pizza Palembang yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 pelanggan Hompizz Pizza Palembang. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisa regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Activities, Interest* dan *Opinion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari variabel *Activities, Interest* dan *Opini*, variabel *Activities* lebih berpengaruh dominan keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah Hompizz dapat meningkatkan kualitas produk, dan layanan agar konsumen dapat menetap menjadi pelanggan dan merekomendasikannya kepada rekan serta keluarga serta menjadi pilihan utama para pelanggan ditengah persaingan yang semakin ketat.

Kata-Kata Kunci: ***Aktivitas, Minat*** **dan** ***Opini, Keputusan Pembelian***

ABSTRACT

INFLUENCE OF ACTIVITIES, INTEREST AND OPINION ON PURCHASE DECISION ON HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG CONSUMERS
(Case Study of Hompizz Pizza Palembang)

By:

M. Richard Anugrah Utama

The purpose of this study was to determine the effect of interest, activity and opinion on consumer purchasing decisions at Hompizz Pizza Palembang (Case Study of Hompizz Pizza Palembang). The population was Hompizz Pizza Palembang's consumers, amounting to 100 people. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 100 customers of Hompizz Pizza Palembang. This study uses primary data obtained from questionnaires, and the analysis technique used is multiple regression. The results indicate that Activities, Interest and Opinion have a significant effect on purchasing decisions. From the Activities, Interest and Opinion variables, the Activities variable has a more dominant influence on purchasing decisions. The suggestion that can be given in this research is that Hompizz can improve the quality of products and services so that consumers can stay as customers and recommend them to friends and family as well as become the first choice of customers in the midst of increasingly fierce competition.

Keywords: Activities, Interest and Opini, Purchasing Decision

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraks skripsi dari mahasiswa:

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: M. Richard Anugrah
NIM	: 01011381621141
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

PENGARUH ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOMPIZZ PIZZA PALEMBANG (Studi Kasus Hompizz Pizza Palembang) Telah kami periksa cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua,	Anggota,
Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M	**Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si**
NIP.196911081994012001	**NIP.197205292006042001**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Muhammad Richard Anugrah Utama
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir	: Palembang, 18 November 1998
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Alamat	: Jln. Makrayu No 3 RT 32 RW 11 Ilir Barat II
Alamat E-mail	: Richard.anugrahh@gmail.com
Pendidikan Formal	
TK	: TK Kartika II-1 Palembang
Sekolah Dasar	: SD Kartika II-3 Palembang
SMP	: SMPN 17 Palembang
SMA	: SMA N 2 Palembang
Pendidikan Non Formal	: -
Pendidikan Organisasi	: -
Pendidikan Prestasi	: -

DAFTAR ISI

JUDUL…… **i**
PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ii
PERSETUJUAN SKRIPSI……. iii
PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH …….……. iv
MOTTO……..... v
KATA PENGANTAR ……... vi
UCAPAN TERIMA KASIH…….……. vii
ABSTRAK…… ix
ABSTRACT……. x
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK..... xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP…….. xii
DAFTAR ISI …….. xiii
DAFTAR TABEL…….. xvi
DAFTAR GAMBAR…….. xvii
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian..... 7

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN **8**
2.1 Landasan Teori..... 8
2.1.1 Pemasaran 8
2.1.2 Konsep Pemasaran 9
2.1.3 Gaya Hidup 11
2.1.4 Komponen AIO 14

2.1.5 Keputusan Pembelian 16
2.2 Penelitian Terdahulu.....21
2.3 Kerangka Pemikiran 25
2.4 Hipotesis 26

BAB III METODE PENELITIAN 28

3.1 Rancangan Penelitian 28
3.2 Tempat dan Waktu 28
3.3 Populasi dan Sampel 29
3.4 Jenis dan Sumber Data 30
3.5 Teknik Pengumpulan Data 30
3.6 Identifikasi Variabel.....31
3.7 Definisi Operasional.....32
3.8 Uji Instrumen 33
3.9 Teknik Analisa Data.....35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....38

4.1 Uji Instrument 38
4.2 Karakteristik Responden.....42
a. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan ..... Usia.....42
b. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan ..... Jenis Kelamin.....42
c. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan ..... Pekerjaan.....43
d. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan ..... Pengeluaran Perbulan 43
e. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan ..... Jumlah Uang Yang Dibelanjakan di *Hompizz* 44

4.3 Uji Hipotesis 45
a. Uji t 45
b. Uji F 46
c. Regresi Linear Berganda 46
4.4 Pembahasan.....48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 52
5.1 Kesimpulan 52
5.2 Saran 52

DAFTAR PUSTAKA.....53

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Skala Likert 31

Tabel 3.2 Definisi Operasional 32

Tabel 4.1. Uji Validasi Aktivitas 38

Tabel 4.2. Uji Validasi Opini 39

Tabel 4.3 Uji Validasi Interest 39

Tabel 4.4. Uji Validasi Keputusan Pembelian 40

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas. 41

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....42

Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 43

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan 44

Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Yang 44

Dibelanjakan Perbulan.....44

Tabel 4.11 Uji t 45

Tabel 4.12 Uji F 46

Tabel 4.13 Regresi Linear Berganda 47

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Penjulan *Hompizz* Pizza Delivery & Café 2021 3

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti ini, gaya hidup dan pola makan masyarakat berubah ke arah modern. Tidak terkecuali masyarakat Kota Palembang, gaya hidup masyarakat Kota Palembang selalu bergerak dinamis dikarenakan lokasinya yang berada di ibu kota propinsi Sumaera Selatan. Perubahan gaya hidup tersebut disebabkan oleh aktivitas dan kesibukan yang padat khususnya untuk masyarakat yang bekerja setiap harinya. Dalam hal pemenuhan kebutuhan pangan, masyarakat Kota Palembang cenderung menginginkan makanan yang praktis, mudah diperoleh, dan cepat saji sehingga lebih memilih untuk makan di luar rumah.

Selain itu, masyarakat Kota Palembang juga membutuhkan tempat dengan suasana yang nyaman untuk dapat menyegarkan pikiran dari padatnya aktivitas. Jasa penyedia makanan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut adalah restoran atau rumah makan. Restoran menjadi solusi bagi masyarakat Kota Palembang yang menginginkan kemudahan dalam memperoleh makanan.

Dalam setiap usaha baik barang maupun jasa konsumen memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha termasuk usaha restoran. Karakteristik konsumen yang sangat beragam menyebabkan pihak manajemen restoran harus dapat menentukan segmentasi, target pasar, dan posisi yang tepat agar proses pemasaran lebih efektif. Hal ini dapat dicapai salah satunya dengan menganalisis bagaimana karakteristik umum konsumen, proses keputusan pembelian konsumen, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Hal ini menjadi informasi bagi manajemen restoran untuk mengetahui bagaimana karakteristik

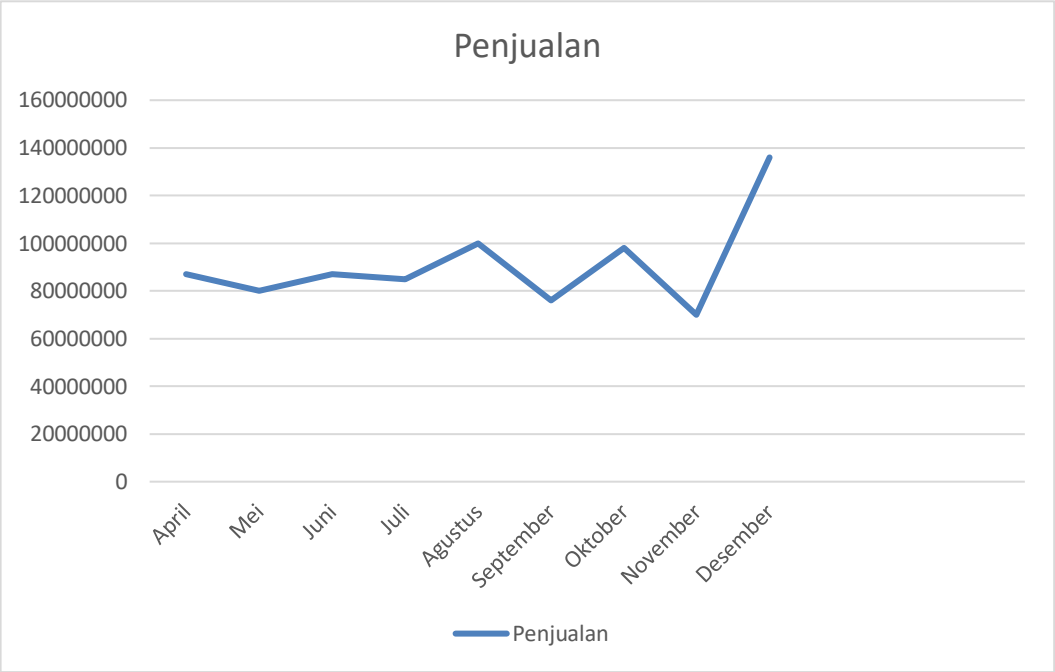
konsumennya serta faktor-faktor apa saja yang mampu menarik konsumen untuk datang dan melakukan pembelian di restorannya.

Untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan bisnis yang begitu tinggi, menuntut para pengusaha untuk dapat memahami perilaku konsumennya dalam menentukan keputusan pembelian terhadap kuliner makanan agar bisnis mereka dapat bertahan dan memenangkan persaingan usaha. Kebutuhan konsumen saat ini sudah mengarah pada gaya hidup yang menuntut konsumen untuk menentukan pilihan-pilihan pada barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler dalam Wolfman, (2013), bahwa gaya hidup adalah pola seorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya. Oleh sebab itu setiap konsumen memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan pembelian. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Swasti Dian Pratiwi (2013) dalam penelitiannya bahwa komponen gaya hidup yaitu aktivitas, minat, dan opini (AIO) mempengaruhi keputusan pembelian, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *activity*, *interest*, dan *opinion* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Geliat gaya hidup serba praktis dan cepat juga berhasil mempengaruhi gaya hidup masyarakat kota Palembang. Kebutuhan makanan yang siap saji dan bernuansa *Western* menjadi salah satu peluang usaha di bidang kuliner. Melihat peluang pasar yang meningkat, hadir sejumlah restoran baru makanan sejenis pizza di Kota Palembang. Salah satunya yaitu Hompizz *Delivery* & *Cafe* Palembang. Awalnya, usaha kuliner hanya menjual pizza melalui media sosial dengan sistem *delivery*. Namun, meningkatnya keputusan pembelian dan permintaan konsumen, Ibu Inggrid membuka cafe terletak di Jalan Mayor Santoso, No. 976 Palembang. Tingginya

tingkat persaingan Kuliner di kota Palembang mendorong konsumen untuk bertindak secara selektif dalam memilih dan membuat keputusan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berikut data penjualan sumber wawancara dengan Operational Manager Hompizz Pizza *Delivery & Cafe;*



Gambar 1.1

Penjualan restoran *Hompizz Pizza Delivery & Cafe* Tahun 2019

Dapat dilihat pada Tabel 1. bahwa pada bulan Mei, penjualan menurun sebesar 8,75%, kemudian meningkat sebesar 8,04% di bulan Juni. Pada bulan Juli mengalami penurunan penjualan sebesar 2,35%. Pada bulan Agustus, penjualan meningkat sebesar 15% dari bulan sebelumnya. Di bulan September, penjualan mengalami penurunan yang cukup jauh yaitu sebesar 31,57%. Penjualan meningkat kembali pada bulan Oktober yaitu sebesar 22,44%, dan mengalami penurunan pada bulan November sebesar 40%. Pada bulan Desember penjualan mengalami peningkatan sekitar 64%. Pak Gito (*Operational Manager* Hompizz *Delivery* &

Cafe) membenarkan bahwa penjualan pada Hompizz *Delivery* & *Cafe* memang mengalami fluktuasi kenaikan dan penurunan. (wawancara tanggal 3 Maret 2020).

Adapun pesaing dari H*ompizz Delivery & Cafe* yaitu *Pizza Hut*. Karena *Pizza Hut* merupakan pelopor hadirnya restoran dengan hidangan asing berupa pizza di Indonesia sehingga konsumen lebih dulu mengetahui *Pizza Hut* dibanding resto lainnya, dan peminatnya pun semakin berkembang. *Hompizz Delivery & Cafe* yaitu *Pizza Hut*. Gerai makanan cepat saji harus memiliki keunikan dan keunggulan sehingga mampu mengundang rasa tertarik/minat untuk mencari tahu, kemudian mencoba mendatangi, membeli dan menghabiskan waktu mereka (aktivitas), di tempat tersebut. Aktivitas yang dilakukan di *Hompizz*, akan memunculkan opini terhadap menu yang disajikan, pelayanan yang diberikan serta suasana tempat.

Hasil pengamatan awal yang penulis lakukan, beberapa kali penulis mendapati sekelompok mahasiswa Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang, bersantai "nongkrong" sambil menikmati hidangan yang disajikan serta memanfaatkan fasilitas *Free Wifi* yang disediakan bagi pengunjungnya Akan tetapi masih adanya masalah yang terjadi pada *Hompizz* yang berkaitan dengan Gaya Hidup. Gaya hidup masyarakat kota tidak terkecuali masyarakat kota Palembnag yang berubah – ubah dan selalu menyukai hal yang baru. Untuk itu *Hompizz Delivery & Café* berusaha membangun *activities*, *interest*, dan *opinion* konsumen dengan cara menghadirkan konsep baru yaitu *family* konsep, *country* konsep, dan *Shaby Shick*. *Hompizz Delivery & Cafe* yaitu *Pizza Hut*, menyediakan *pizza* yang enak dengan harga terjangkau.

Strategi yang dilakukan *Hompizz* untuk meningkatkan aktivitas konsumen berkunjung dan membeli produk *Hompizz* yakni menghadirkan konsep baru yaitu *family* konsep, *country* konsep, dan *Shaby Shick* dan menyediakan *pizza* yang enak dengan harga terjangkau serta memberikan potongan harga untuk pembelian jumlah tertentu. Untuk meningkatkan ketertarikan (*interst*)

konsumen, *Hompizz* menghadirkan suasana yang nyaman, dilengkapi fasilitas *Wifi* gratis bagi para pengunjung dan yang terbaru Hompizz menghadirkan *Steamboat* yakni pengunjung bisa memilih bahan seperti daging sapi, sayuran, telur, bakso, daging ikan, daging kepiting, tahu bakso, daging salmon, mie putih dan bahan lain yang akan dimasak sendiri dan disantap oleh pengunjung didalam panci mini ala Hompizz.. Dalam membangun opini konsumen, pengelola *Hompizz* mewajibkan karyawan untuk memberikan pelayananan yang cepat, ramah dan memuaskan konsumen. Meski demikian *Hompizz* harus terus berinovasi agar masyarakat tidak merasakan bosan dan tetap konsisten untuk melakukan pembelian berulang

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut. Penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang "Pengaruh Activities, Interest sdan Opinion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hompizz Pizza Palembang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagi berikut :

1. Apakah *activities, interest*, dan *opinion* (AIO) mempengaruhi keputusann pembelian konsumen Hompizz Pizza Palembang baik secara parsial maupun simultan?.
2. Variabel manakah diantara *activities, interest*, dan *opinion* (AIO) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Hompizz Pizza Palembang?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebgai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *activities, interest*, dan *opinion* (AIO) terhadap keputusan pembelian konsumen Hompizz Pizza Palembang baik secara parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui variabel mana diantara *activities, interest*, dan *opinion* (AIO) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Hompizz Pizza Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, dalam memperkaya wawasan mengenai *Activities, Interest* dan *Opini* terhadap keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah dalam hal mengenai pengaruh *Activities, Interest* dan *Opini* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Hompizz* Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Alsabiyah (2019), Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse.) http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2820

Assauri, 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), p. 74110.

Boyd, 2010. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Engel. James. F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 2012. Perilaku. Konsumen.Jakarta.Bina Rupa Aksara

Gotro Sukma Adi. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vario 150 Di Kota Yogyakarta http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8733/naskah%20publikasi.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kapantouw, C. and Mandey, S. 2015. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Life style Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus Di Gamezone Computer Mega Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), pp. 706–718.

Kotler & Amstrong. 2015. Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia

Kotler, P. and Armstrong, G. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran Principle of Marketing', pp. 1–63.

Lalitamanik (2014), Pengaruh *Activity, Interest, Opinion* (AIO) Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film Di Bioskop E-Plaza Semarang. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/5645

Ma'ruf, 2015. Peran Media Sosial (Facebook , Instagram , Youtube) Dalam Menarik Attractions Tetempangan Hill is one tourist attraction that is booming and become an idol for', 13(1), pp. 74–80. Available at: https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php.

Oentoro, 2015 Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo

Prasetijo, Ihalauw. *2014*. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi..

Purwaningsih (2018), Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Planet Surf. https://repository.usd.ac.id/14022/

Putra, K. M., Cipta, W. and Yudia F. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja tahun 2014', *Jurnal Bisma*, 4.

Reni Shina Dewi (2018), yang berjudul. Pengaruh *Activity, Interest, Opinion (*AIO) Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film Di Bioskop E-Plaza Semarang https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/5645/5433

Schiffman & Kanuk, 2014. Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks

Setiadi, 2015. Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenamedia

Shella Amalia (2018). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Grabcar* Pada Aplikasi *Grab* (Studi Pada *Hijabers Community* Malang http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:oTXbOBxWvuMJ:jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/171/pdf+&cd=42&hl=id&ct=clnk&gl=id

Siti Syarah (2016), Pengaruh Desain Kerudung Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Outlet Rabbani Purwokerto). http://repository.iainpurwokerto.ac.id/958/1/COVER_BAB%20I_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf

Slameto, 2016. Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta :Bina Aksara

Sugiyono, P. D. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Swasti Dian Pratiwi (2015), yang berjudul Pengaruh Dimensi Activity, Interest Dan Opinion (AIO) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Busana Muslim Shafira Di Samarinda. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104555/jurnal_eproc/jurnal_eproc.pdf

Zahra (2017), Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16793