

**Judul Penelitian : Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Memilih Pada PT. Supra Primatama Nusantara Biznet Branch Kediri**

Dosen Pembimbing : Udik Jatmiko SE., M.M  
: Nurali Agus Najibul Zamzam, S.Sos., M.M  
Nama Mahasiswa : Yoga Rianda Hernawan  
NPM : 16130210162

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan signifikansi pengaruh pengalaman konsumen dan pengetahuan produk terhadap keputusan memilih pada PT Supra Primatama Nusantara Biznet Branch Kediri. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu mengambil sample konsumen sebanyak 100 responden di Biznet Branch Kediri. Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t (uji parsial), uji F (uji simultan), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Alat ukur data dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Hasil dari uji analisis regresi linier berganda  $Y = 1.771 + 0.215 X_1 + 0.074 X_2$ , hasil uji t variabel pengalaman konsumen ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih ( $Y$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $(5,956 > t_{tabel} 1,984)$ , dan nilai sig  $(0.000 < 0.05)$ . Hasil uji t variabel pengetahuan produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih ( $Y$ ) dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0,074 dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $1,991 > t_{tabel} 1.984$ . dan nilai Signifikansi sebesar  $0.049 < 0.05$ . Hasil uji F variabel pengalaman konsumen ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih ( $Y$ ) secara simultan dengan nilai Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 43,058 dengan nilai Signifikansi simultan sebesar  $0,000 < 0.05$  Selain itu juga diperoleh nilai uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.686 atau 68,6%. Hal ini menandakan bahwa keputusan memilih ( $Y$ ) dipengaruhi variabel pengalaman konsumen ( $X_1$ ) dan pengetahuan produk ( $X_2$ ) hanya sebesar 68,6%. Sedangkan sisanya sebesar 31,4% tidak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Pengetahuan Produk dan Keputusan Memilih.**