

ABSTRAKSI

Studi ini meneliti tentang pengaruh *need for closure* dan tekanan waktu terhadap usaha pencarian informasi harga dan promosi yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *need for closure* berpengaruh terhadap pencarian iklan dan promosi di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, apakah *need for closure* berpengaruh terhadap perpindahan ke toko lain yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, apakah *need for closure* berpengaruh terhadap perbandingan harga di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, apakah tekanan waktu berpengaruh terhadap pencarian iklan dan promosi di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, apakah tekanan waktu berpengaruh terhadap perpindahan ke toko lain yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, dan apakah tekanan waktu berpengaruh terhadap perbandingan harga di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya.

Penelitian ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis jalur (*path diagram*) dengan sampel sejumlah 125 individu berusia 15-65 tahun bertempat tinggal ataupun bekerja di sekitar Carrefour BG Junction Surabaya dan pernah berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa baik hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat, kelima maupun keenam diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *need for closure* berpengaruh signifikan terhadap pencarian iklan dan promosi di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, *need for closure* berpengaruh signifikan terhadap perpindahan ke toko lain yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, *need for closure* berpengaruh signifikan terhadap perbandingan harga di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, tekanan waktu berpengaruh signifikan terhadap pencarian iklan dan promosi di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, tekanan waktu berpengaruh signifikan terhadap perpindahan ke toko lain yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya, dan tekanan waktu berpengaruh signifikan terhadap perbandingan harga di dalam toko yang dilakukan oleh konsumen ketika berbelanja produk makanan di Carrefour BG Junction Surabaya.

Kata kunci : *need for closure*, tekanan waktu, usaha pencarian informasi harga dan promosi