

ABSTRAK

Silviani, Sherly 2024 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Beat pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. Skripsi Prodi Manajemen Universitas Nias. Pembimbing Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian sepeda motor Beat pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner kepada 105 responden pembeli sepeda motor Beat pada PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli serta data sekunder yang diperoleh dari jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinan, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear berganda, uji T dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya dan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan sosial dan psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh 80,9% terhadap keputusan pembelian dengan 19,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Perilaku konsumen, Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Silviani, Sherly 2024 Analysis On Factors Effects Consumers Buying Decision Behavior of Beat Motorcycle At PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. Prody of Management Nias University Thesis. Thesis supervisor, Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.

This research aims to find the impact of cultural, social, private, and psychological factor to consumer's buying decision of Beat motorcycle at PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli. This research data collection is using primary data obtained from questionnaire that targeted 105 respondent which also PT. Kencana Mulia Abadi's regular costumer, also some secondary data obtained from journals that's relevant to this research. Data analysis method that is used were, validity test, reliability test, correlation coefficient test, determinant coefficient test, normality test, heterokedasticity test, multiple linear regression test, T test and F test. The result shows that cultural and private factor was positive and significantly impactful to the consumer's buying decision whilst social and psychological factor was less impactful to the consumer buying decision partialy. Cultural, social, private and psychological factors simultaneously effects 80,9% of the buying decision with 19,1% effected by other factor which this research don't addressed.

Key word: Consumer's Behavior, Culture, Social, Private, Buying Decision.