

ABSTRAK

Larosa, Nibenia Sri. 2025. *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Quinsha Bakery Gunungsitoli*. Skripsi. Pembimbing: Serniati Zebua, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen, yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, terhadap keputusan pembelian konsumen di Quinsha Bakery Gunungsitoli. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan bisnis dalam industri bakery, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan keempat faktor perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara parsial, hanya faktor sosial dan faktor pribadi yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor budaya dan psikologis tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara individual. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran sebaiknya lebih menitikberatkan pada pendekatan sosial dan personal seperti gaya hidup, status sosial, pekerjaan, dan interaksi sosial. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya identifikasi faktor-faktor dominan dalam perilaku konsumen untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: faktor perilaku konsumen, keputusan pembelian, Quinsha Bakery

ABSTRACT

Larosa, Nibenia Sri. 2025. The Influence of Consumer Behavior Factors on Purchasing Decisions at Quinsha Bakery Gunungsitoli. Undergraduate Thesis. Supervisor: Serniati Zebua, S.E., M.Si.

This study aims to analyze the influence of consumer behavior factors—including cultural, social, personal, and psychological aspects—on purchasing decisions at Quinsha Bakery Gunungsitoli. The problem addressed in this research stems from increasing business competition in the bakery industry, which demands a deeper understanding of consumer behavior. This quantitative research involved data collection through questionnaires distributed to 96 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 27. The results indicate that all four consumer behavior factors have a significant influence on purchasing decisions when tested simultaneously. However, partially, only social and personal factors have a significant impact on purchasing decisions. Cultural and psychological factors do not show a significant individual influence. These findings suggest that marketing strategies should focus more on social and personal approaches, such as lifestyle, social status, and occupation. The study concludes that identifying dominant consumer behavior factors is essential for developing effective marketing strategies and maintaining customer loyalty.

Keywords: consumer behavior factors, purchasing decision, Quinsha Bakery