

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND SANITIZER* DI MASA PANDEMI COVID-19

Vincentia Rossa Vernanda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian dengan objek yang berbeda yaitu produk *hand sanitizer*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 responden yang merupakan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk *hand sanitizer*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form* dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini menggunakan berbagai macam produk *hand sanitizer*, karena dapat dilihat dari komposisi, cara penggunaan, dan jenisnya adalah sama. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen kuesioner melalui uji validitas dan reliabilitas, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Pada penelitian ini memiliki empat tahap dalam menganalisis data, yaitu: 1) Analisis statistik deskriptif, 2) Estimasi model regresi berganda, 3) Analisis uji asumsi klasik / uji kriteria ekonometrika, 4) Analisis uji signifikansi / uji statistik. Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: (1) Faktor budaya berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk *hand sanitizer*, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,341, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,745 > 1,984$), dan nilai signifikansi sebesar 0,000, (2) Faktor sosial berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk *hand sanitizer*, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,217, nilai t hitung lebih besar t tabel ($2,308 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,023, (3) Faktor pribadi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk *hand sanitizer*, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,151, nilai t hitung > t tabel ($2,078 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,040, (4) Faktor psikologi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk *hand sanitizer*, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,259, nilai t hitung > t tabel ($2,837 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,006, (5) Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian produk *hand sanitizer*, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung > F tabel ($30,566 > 2,463$) dan nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci: *Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Keputusan Pembelian*

K_r 18/3 '21

THE EFFECTS OF CULTURAL, SOCIAL, PERSONAL AND PSYCHOLOGICAL FACTORS ON PURCHASING DECISION FOR HAND SANITIZER PRODUCTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Vincentia Rossa Vernanda

Abstract

This study aims to re-examine the influence between cultural, social, personal, and psychological factors on purchasing decisions with different objects, namely hand sanitizer products. This research is a descriptive quantitative research. Sampling techniques are carried out by purposive sampling method with the number of respondents 100 respondents who are people of the Special Region of Yogyakarta who have purchased hand sanitizer products. The data source in this study is primary data. Data collection techniques in this study using questionnaires distributed through google form and have been tested validity and reliability. Data analysis techniques use multiple regression analysis. In this study using a variety of hand sanitizer products, because it can be seen from the composition, how to use, and the type is the same. Instrument test is conducted to determine the feasibility of questionnaire instruments through validity and reliability test, it is expected that the research results will be valid and reliable. In this study has four stages in analyzing data, namely: 1) Descriptive statistical analysis, 2) Multiple regression model estimation, 3) Classical assumption test analysis / econometric criteria test, 4) Significance test analysis / statistical test. The results of data analysis that has been done show that: (1) Cultural factors have a positive effect on the decision process of purchasing hand sanitizer products, evidenced by the regression coefficient of 0.341, t-calculated value greater than t table ($3,745 > 1,984$), and significance value of 0.000, (2) Social factors have a positive effect on the decision process of purchasing hand sanitizer products, evidenced by the regression coefficient of 0.217, the value of t calculate greater t table ($2,308 > 1,984$) and the significance value of 0.023, (3) Personal factors have a positive effect on the decision process of purchasing hand sanitizer products, evidenced by the regression coefficient of 0.151, t calculated value greater than t table ($2,078 > 1,984$) and significance value of 0.040, (4) Psychological factors positively affect the decision process of purchasing hand sanitizer products, evidenced by the regression coefficient of 0.259, t calculated value greater than table t ($2,837 > 1,984$) and significance value of 0.006, (5) Cultural, social, personal and psychological factors influence the decision process of purchasing hand sanitizer products, this is evidenced by the value of F calculate greater than F table ($30,566 > 2,463$) and significance value of 0.000.

Keywords: Cultural Factors, Social, Personal, Psychology, Purchasing Decisions