


ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BAKPIA DAN BATIK WONG YOGYAKARTA

Muhammad Deny Rizal

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pada produk Bakpia dan Batik Wong Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Bakpia dan Batik Wong Yogyakarta dengan teknik penyampelan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu berdasarkan kriteria tertentu. Responden yang menjadi sampel ialah responden yang pernah membeli, mengkonsumsi dan berusia > 17 tahun. Data pada penelitian diperoleh menggunakan pembagian lembar kuesioner secara langsung kepada konsumen yang berkunjung ke Bakpia dan Batik Wong Yogyakarta. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan penelitian. Variabel yang digunakan yaitu variabel perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi sebagai variabel independen. Variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang sudah memenuhi syarat uji instrumen yang meliputi uji validitas dan uji realibilitas, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji statistik t faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara statistic berhasil membuktikan adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Secara statistik faktor pribadi berhasil membuktikan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara statistic faktor psikologi berhasil membuktikan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian berdasarkan uji F, membuktikan bahwa secara bersama-sama perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi sebesar 83,8%. Faktor psikologi merupakan faktor yang paling kuat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian dibandingkan faktor budaya, sosial, dan pribadi.

Kata Kunci: *Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologi, Faktor Budaya, dan Keputusan Pembelian.*

 23/6/21

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN MAKING PURCHASING DECISIONS ON BAKPIA AND BATIK WONG YOGYAKARTA PRODUCTS

Muhammad Deny Rizal

Abstract

This study analyzes consumer behavior in making purchasing decisions on products Bakpia and Batik Wong Yogyakarta. This research was conducted in Bakpia and Batik Wong Yogyakarta with a sampling technique using a purposive sampling technique that is based on certain criteria. Respondents who are the sample are respondents who have bought, consumed and are > 17 years old. The data in this study were obtained using the distribution of questionnaires directly to consumers who visited Bakpia and Batik Wong Yogyakarta. The questionnaire contains research questions. The variables used are behavioral variables which include cultural, social, personal and psychological factors as independent variables. The dependent variable is the purchase decision. This study uses multiple linear regression analysis that meets the requirements of the instrument test which includes validity and reliability tests, and classic assumption tests which include normality, autocorrelation, heteroscedasticity, and multicollinearity tests. The results showed that the t-factor statistical test had an effect on purchasing decisions. Statistically successful in proving the influence of social factors on purchasing decisions. Statistically, personal factors succeeded in proving their influence on purchasing decisions. Statistically, psychological factors have succeeded in proving their influence on purchasing decisions. The results of the study are based on the F test, proving that together consumer behavior includes cultural, personal, and psychological factors that influence purchasing decisions. The results of the study prove that the variable purchasing decisions by cultural, social, personal and psychological factors is 83.8%. Psychological factors are the most influencing factors in purchasing decisions compared to cultural, social, and personal factors.

Keywords: *Cultural Factors, Social Factors, Psychological Factors, Cultural Factors, and Purchasing Decisions*