

ABSTRACT

Alberrina Febrianti, The Influence of Consumers' Behaviour on Purchasing Decision of Kaliotik Restaurant, Lamongan. Advisor (I); Bambang Setiyo Pambudi.,SE.MM, (II); Suyono .,SE.,MSM.

Consumers' behaviour is an action and social relationship conducted by personal or individuals of consumers, group or even an organization which purpose is to assess, obtain and uses products or services through a process of changing or purchasing that started with a process of decision making to decide the action.

The purpose of the study is to: (1) determine and analyze factors that influence consumers' behavior that consists of cultural, social, personal and psychological factors in customers' purchasing decision on Kaliotik Restaurant, Lamongan. (2) determine which variable of consumers' behavior that has dominant influence in purchasing decisions of consumers on Kaliotik Restaurant, Lamongan.

The study applies quantitative approach for determining the influence of consumers behavior on consumers purchasing decisions at Kaliotik Restaurant, Lamongan. Samples collecting technique used is incidental sampling with 100 respondents. Data collecting technique applied are interviews, literary and questionnaire and also likert scale for measuring the respondents' answers. Instruments are tested by using validity, reliability and classical assumption test. Furthermore, data analysis technique used is multiple linear regression analysis for the variable applied are more than two in which the F and t test attached.

The results of study show that: (1) variables of consumers behavior which consist of cultural, social, personal and psychological simultaneously influence the consumers' purchasing decision in Kaliotik Restaurant Lamongan with the value of Fcount is 66.189 and the significance level is $0,00 < 0,05$. (2) variable of psychological dominantly influences the consumers' purchasing decisions on Kaliotik Restaurant Lamongan. The result of R² or multiple determination coefficient shows the value of 0,729 or 72,9%. It shows that the independent variable has an influence of 72,9% on dependent variable, while the remaining of 27,1% is influenced by other variable outside the independent variables used.

Keywords: Consumers' Behavior, Cultural, Social, Personal, Psychological, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Alberrina Febrianti, Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kaliotik Lamongan di bawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi.,SE.MM dan Suyono .,SE.,MSM.

Perilaku konsumen merupakan tindakan serta hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen individu atau perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan produk maupun jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk : (1) mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kaliotik Lamongan. (2) untuk mengetahui variabel manakah diantara perilaku konsumen yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kaliotik Lamongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kaliotik Lamongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan insidental sampling dengan 100 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, kepustakaan, dan kuesioner serta menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) variabel perilaku konsumen yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kaliotik Lamongan dengan nilai F hitung sebesar 66.189 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. (2) variabel psikologis berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan Kaliotik Lamongan. Diketahui hasil R^2 atau koefisien determinasi berganda menunjukkan nilai 0,729 atau 72,9% menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh sebesar 72,9% terhadap variabel terikat, dan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel bebas yang digunakan.

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian.