

Abstrak
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian
Perumahan Minimalis Pada Pt. Banua
Sakti Mulia Medan

UMA
MEDAN

Oleh:

Nama : Eka Permata Sari Lubis

NPM: 12.832.0043

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian perumahan minimalis pada PT. Banua Sakti Mulia Medan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu. Populasi di dalam penelitian ini berjumlah 69 orang, dengan menggunakan tehnik sampel jenuh maka seluruh jumlah populasi dalam penelitian ini di jadikan sampel yaitu berjumlah 69orang pembeli.

Hasil penelitian ini yaitu dari hasil uji hipotesis pada uji t Variable kebudayaan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} 3,081 > 1,667$ dengan tingkat signifikan $0.003 < 0.005$, Variable sosial dengannilai $t_{hitung} > t_{tabel} 3,215 > 1,667$ dengan tingkat signifikan $0.002 < 0.005$. Variabel pribadi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} 5,715 > 1,667$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.005$. Variabel psikologi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} 2,365 > 1,667$ dengan tingkat signifikan $0.004 < 0.005$. Dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumen. Kemudian Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} 35,291 > 2,74$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.005$ hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kebudayaan, sosial ,pribadi dan psikologi secara simultan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen yang membeli perumahan minimalis pada PT. Banua Sakti Mulia Medan. Dan dilihat nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,688. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga diperoleh $KD = 68,8\%$. Perilaku konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Sisanya sebesar 32.2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi, perilaku konsumen