

# ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN JAGUNG F1 AINA DI KOTO BARU BATU HAMPAR KABUPATEN LIMA PULUH KOTA

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan konsumen dalam pembelian jagung F1 AINA di Koto Baru Batu Hampar Kabupaten Lima Puluh Kota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Penelitian ini menggunakan 30 responden dengan metode pengambilan sampel adalah metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Alat analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 22. Hasil analisa determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh yaitu sebesar 0,573 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 57,3% sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan yaitu  $Y = 3,967 + 0,940 X_1 + 0,102 X_2 + 0,175 X_3 + 0,264 X_4 + e$ . Dari keempat faktor tersebut yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli jagung F1 AINA adalah faktor budaya sebesar 0,940. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian jagung F1 AINA dengan  $F_{hitung}$  sebesar 8,289. Sedangkan uji secara parsial, faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jagung F1 AINA dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,698 dan sisanya tidak berpengaruh signifikan.

*Kata kunci : Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian, Jagung F1 AINA*

# AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE CONSUMERS DECISION IN PURCHASING JAGUNG F1 AINA IN KOTO BARU BATU HAMPAR DISTRICT OF LIMA PULUH KOTA

## ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the influence of culture, social, personal and psychological on consumers decision in purchasing Jagung F1 AINA in Koto Baru Batu Hampar District Lima Puluh Kota. The method used in this study is a survey method. Meanwhile samples were selected using accidental sampling method with a total of 30 people who are consumers of Jagung F1 AINA. In order to obtain the objective of the research, this study used multiple linear regression analysis. The results of determination ( $R^2$ ) analysis of 0.573 indicates that 57.3% of independent variables influence dependent variable while the remaining 42.7% are affected by other variables which are not included in the model. Based on the analysis of multiple linear regression the model equation of the factors that influence the purchasing decision is  $Y = 3.967 + 0.940 X_1 + 0.102 X_2 + 0.175 X_3 + 0.264 X_4 + e$ . The most dominant factors influence the purchasing decision is culture which is 0,940. Culture, social, personal and psychological variable simultaneously influence the purchasing decisions of Jagung F1 AINA with  $F_{\text{calculate}}$  equal to 8.289. Partially cultural factors significantly influence the purchasing decisions of Jagung F1 AINA with  $t_{\text{calculate}}$  equal to 2,698 while the others had no significant effect.

*Keywords: Culture, Social, Personal, Psychological, Decision In Purchasing, Jagung F1 AINA*

