

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya penggunaan jasa pesan antar makanan *online* GoFood. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, dan pengujian hipotesis. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel independen yaitu Faktor Budaya (X_1), Faktor Sosial (X_2), Faktor Pribadi (X_3) dan Faktor Psikologi (X_4), untuk variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini termasuk golongan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif berupa penyebaran kuisioner ke 113 orang mahasiswa aktif kelas karyawan Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *non-probabilitas sampling* dalam menentukan sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS 21.0 *for windows*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : Perilaku Konsumen (X) yang terdiri dari variabel Budaya (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3), dan Psikologis (X_4) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perilaku konsumen yang terdiri dari variabel Budaya (X_1), Sosial (X_2), dan Pribadi (X_3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan variabel Psikologis (X_4) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted with the background of the increasing use of online food delivery services for GoFood. The purpose of this study is to determine and explain the influence of Consumer Behavior on Purchasing Decisions, and hypothesis testing. The variables in this study are as follows: Independent variables namely Cultural Factors (X_1), Social Factors (X_2), Personal Factors (X_3) and Psychological Factors (X_4), for the dependent variable namely Purchasing Decisions (Y). This research belongs to a survey research group with a quantitative approach in the form of distributing questionnaires to 113 active students of the Mercu Buana University Yogyakarta class of employees. This study uses non-probability sampling in determining samples. The drawback of data analysis techniques is using multiple linear regression analysis. The data obtained were processed using SPSS 21.0 for windows. The results of the study indicate that: Consumer Behavior (X) consisting of Culture (X_1), Social (X_2), Personal (X_3), and Psychological (X_4) variables together have an influence on purchasing decisions. Consumer behavior consisting of Culture (X_1), Social (X_2), and Personal (X_3) variables partially has no effect on Purchasing Decisions (Y). While the Psychological variable (X_4) partially has an influence on the Purchasing Decision (Y).

Keywords : Consumer Behavior, Purchasing Decisions.