

ABSTRACT

MUHAMMAD FARRYQ S / 1800861201316 / 2024 / ANALYSIS OF CONCERNING PSYCHOLOGICAL FACTORS CONSUMER BEHAVIOR INGHONA JAMBI COFFEE / SUPERVISOR I SAKINAH AS, S.E., M.M / SUPERVISOR II UBAIDILLAH, S.E., M.M.

Psychological factors play a very important role in consumer behavior. Therefore, the aim of this research is to describe Psychological Factors and Consumer Behavior in purchasing products, as well as to determine and analyze the influence of Psychological Factors on Consumer Behavior in purchasing products at Ghona Coffee, Jambi City.

The research method in this research is descriptive and quantitative. Data analysis uses SPSS Ver 22 and uses a simple linear regression model with the calculated $Y = Y = 0.856 + 0.321X + e$. Determination test with R^2 of 25.5%. T test with a comparison of $t_{count} 3.209 > 1.66071 t_{table}$ then H_0 is accepted H_1 Rejected.

The research method in this research is descriptive and quantitative. Data analysis uses SPSS Ver 22 and uses a simple linear regression model with the calculated $Y = Y = 0.856 + 0.321X + e$. Determination test with R^2 of 25.5%. T test with a comparison of $t_{count} 3.209 > 1.66071 t_{table}$ then H_0 is accepted H_1 Rejected.

The regression coefficient for Psychological Factors (X) is 0.321, meaning that if Psychological Factors (X) increase by 1, Consumer Behavior (Y) at Ghona Coffee Jambi will increase by 0.321. The coefficient of determination is known from the value $R^2 = 0.255$ (25.5%), which means that Psychological Factors (X) are able to explain Consumer Behavior (Y) at Ghona Coffee, Jambi City, namely 25.5% and the remaining 74.5% is influenced by other variables. . Not investigated in this study.

Based on the t test, the value of t_{count} is 3.209 and t_{table} is 1.66071. From the comparison results it can be seen that the test with a comparison of $t_{count} 3.209 > t_{table} 1.66071$ means H_0 is accepted as H_1 . Rejected. This means that psychological factors influence consumer behavior at Ghona Coffee, Jambi City.

ABSTRAK

MUHAMMAD FARRYQ S / 1800861201316 / 2024 / ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI GHONA COFFEE JAMBI / PEMBIMBING I SAKINAH AS, S.E., M.M / PEMBIMBING II UBAIDILLAH, S.E., M.M.

Faktor psikologis memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku konsumen. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Faktor Psikologis dan Perilaku Konsumen dalam pembelian produk, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Faktor Psikologis terhadap Perilaku Konsumen dalam pembelian produk di Ghona Coffee, Kota Jambi. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif.

Analisis data menggunakan SPSS Ver 22 dan menggunakan model regresi linear sederhana dengan hasil perhitungan $Y = 0,856 + 0,321X + e$. Uji determinasi dengan nilai sebesar 25,5%. Uji t dengan perbandingan $3,209 > 1,66071$, maka ditolak dan diterima*.

Koefisien regresi untuk Faktor Psikologis (X) adalah 0,321, yang berarti jika Faktor Psikologis (X) meningkat sebesar 1, maka Perilaku Konsumen (Y) di Ghona Coffee Jambi akan meningkat sebesar 0,321. Koefisien determinasi diketahui dari nilai $= 0,255$ (25,5%), yang berarti bahwa Faktor Psikologis (X) mampu menjelaskan Perilaku Konsumen (Y) di Ghona Coffee, Kota Jambi yaitu sebesar 25,5% dan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uji t, nilai adalah 3,209 dan adalah 1,66071. Dari hasil perbandingan tersebut dapat dilihat bahwa pengujian dengan perbandingan $3,209 > 1,66071$ berarti ditolak dan diterima*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Ghona Coffee, Kota Jambi.

Kata Kunci: Faktor Psikologis, Perilaku Konsumen, Regresi Linear Sederhana, Ghona Coffee Jambi.