

## ABSTRAK

Lesmana, Firda. 2020. **“Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap keputusan berkunjung pada wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. 2) Untuk menguji pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis secara parsial keputusan berkunjung pada wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. 3) Untuk menguji variabel yang berpengaruh dominan antara Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap keputusan berkunjung pada wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 30 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental. Alat yang digunakan untuk menganalisis adalah uji kuesioner yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji determinasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F dan uji dominan.

Hasil penelitian uji validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan valid yaitu diatas 0.3610 dan hasil penelitian uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabel yaitu diatas 0.60. Uji Normalitas menunjukkan data terdistribusi normal. Uji Multikolinieritas menunjukkan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) tidak terdapat kolerasi antar variabel independen atau model regresi bebas dari multikolinieritas. Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Autokorelasi menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Uji F menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen (Y) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}(151.472 > 2.76)$  (sig. 0.000 < 0,05). Uji t menunjukkan bahwa variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen (Y) yaitu dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}(2.804 \geq 2.485)$  (sig. 0.0010  $\leq$  0.005). Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen (Y) dengan Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}(3.775 \geq 2.485)$  (sig. 0.001  $\leq$  0.005). Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen (Y) dengan Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}(5.542 \geq 2.485)$  (sig. 0.000  $\leq$  0.005). dan Variabel Faktor Psikologis ( $X_4$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen (Y) dengan Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}(5.946 \geq 2.485)$  (sig. 0.000  $\leq$  0.005). Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Bahari dan Ashoer (2018).

**Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis dan Keputusan Konsumen**

## ABSTRACT

Lesmana, Firda. 2020. "**Effect of Cultural Factors, Social, Personal, and Psychological on the decision to visit the tourist Beejay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo City**". Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

The purpose of this study is 1) To examine the influence of Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, and Psychological Factors simultaneously on the decision to visit the tourist Beejay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo City. 2) To examine the influence of Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, and Psychological Factors the decision to partially visit the Beejay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo City. 3) To test the variables that influence dominantly between Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, and Psychological Factors on the decision to visit Beejay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo City.

Researchers used a quantitative method with a sample of 30 respondents, the method of data collection using a questionnaire and the sampling technique using insidental sampling. The instrument used to analyze is a questionnaire test consisting of validity and reliability tests, classic assumption tests, multiple regression tests, determination tests, hypothesis tests consisting of t tests, F tests and dominant tests.

The results of the validity test show all valid question items above 0.3610 and the reliability test result show reliable result which are above 0.60. The normality test shows that the data is normal distribution. Multicollinity test shows the independent variable (X) and the dependent variable (Y) there is no correlation between the independent variables or the regression model free from multicollinity. Heteroscedasticity test showed there was no heteroscedasticity. Autocorrelation test showed no autocorrelation. The F test shows that the independent variables simultaneously influence the Consumer Decision (Y) with a value of  $F_{count} \geq F_{table}$  ( $151,472 \geq 2.76$ ) ( $sig.0,000 \leq 0.05$ ). T test shows that the Cultural Factor variable (X1) partially influences the Consumer Decision (Y) with  $t_{count} \geq t_{table}$  ( $2,804 \geq 2,485$ ) ( $sig.0.010 \leq 0.05$ ). The Social Factor Variable (X2) partially influences the Consumer Decision (Y) with the  $t_{count} \geq t_{table}$  ( $3,775 \geq 2,485$ ) ( $sig.0.001 \leq 0.05$ ). Personal Factor Variable (X3) partially influences the Consumer Decision (Y) with  $t_{count} \geq t_{table}$  ( $5,542 \geq 2,485$ ) ( $sig.0,000 \leq 0.05$ ). and Psychological Factor Variable (X4) partially influences the Consumer Decision (Y) with  $t_{count} \geq t_{table}$  ( $5,946 \geq 2,485$ ) ( $sig.0,000 \leq 0.05$ ). This research supports the results of research conducted by the research of the Bahari and Ashoer (2018).

**Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, and Psychological Factors and Consumer Decisions.**