

Abstrak

Safitri, Adela. 2021. Skripsi. **Pengaruh Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo dengan tujuan : 1) Untuk menguji pengaruh anatara gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. 2) Untuk menguji pengaruh antara gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. 3) Untuk mengetahui variabel diantara gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan hubungan asosiatif kausal dimana populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 213, dan untuk sampel yang digunakan sebanyak 40 konsumen yang diperoleh dari rumus Roscoe dengan variabel penelitian (independen + dependen) berjumlah 4, maka sampel yang diambil adalah $10 \times 4 = 40$ responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling incidental yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /incidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X_1) dan kepribadian (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $22,471 > 2,87$, sedangkan gaya hidup (X_1) dan kepribadian (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,548 > 2,026$ dengan Sig. $0,015 < 0,025$ Sedangkan yang berpengaruh secara dominan yaitu variabel kelas sosial (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ $4,876 > 2,026$ dengan nilai Sig. $0,000$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kelas sosial (X_2) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kelas Sosial, Kepribadian, Keputusan Pembelian.

Abstract

*Safitri, Adela. 2021. Thesis. **The Influencer of Lifestyle, Social Classes And Personality On Purchase Decisions On Honda Merpati Motor Dealers, Probolinggo City.** Management Study Program, Faculty of Economics, University of Panca Marga, Probolinggo.*

This research was conducted at a Honda Merpati Motor Dealer in Probolinggo City with the aim of: 1) To examine the effect of lifestyle, social class and personality simultaneously on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer Probolinggo City. 2) To test the effect of lifestyle, social class and personality partially on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer Probolinggo City. 3) To find out the variables between lifestyle, social class and personality that have dominant influence on motorcycle purchasing decisions at Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City.

The research method used in this study is a type of quantitative research with a causal associative relationship where the population used in this study was 213, and for the sample used were 40 consumers obtained from the Roscoe formula with 4 research variables (independent + dependent), then The sample taken is $10 \times 4 = 40$ respondents. Sampling using incidental sampling technique, namely determination of the sample based on chance, that is, anyone who accidentally meets the researcher can be used as a sample.

Based on the research results, it shows that lifestyle (X_1) and personality (X_3) simultaneously influence purchasing decisions (Y) with the results of $F_{count} > F_{table}$ of $22.471 > 2.87$, while lifestyle (X_1) and personality (X_3) have a partial effect. on purchasing decisions (Y) with the results of $t_{count} > t_{table}$ of $2.548 > 2.026$ with Sig. $0.015 < 0.025$ While the dominant influence is the social class variable (X_2) on purchasing decisions (Y) with the results of $t_{count} > t_{table}$ $4.876 > 2.026$ with a Sig. 0.000 Thus it can be concluded that the social class variable (X_2) has a dominant effect on purchasing decisions (Y) at the Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City.

Keywords: Lifestyle, Social Class, Personality, Purchase Decision.