

PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERIBADIAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN CHANDRA SUPERMARKET TANJUNG KARANG

Fransiska Eri Puji Astuti
2019112193

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era 5.0 saat ini memberikan banyak manfaat bagi manusia khususnya di bidang bisnis perdagangan, hal inilah yang membawa dampak cukup signifikan sehingga terjadilah perubahan perilaku konsumen pada gaya hidup dan kepribadian seseorang yang mempengaruhi suatu minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan pada gaya hidup dan kepribadian terhadap minat beli pelanggan Chandra Supermarket Tanjung Karang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada Chandra Supermarket Tanjung Karang.

Teknik sampel yaitu menggunakan *Purposive Sampling* dengan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti dan untuk jumlah sampel yaitu 100 responden. Teknik analisis data yang di gunakan adalah uji T, regresi linier berganda. Pada uji T didapatkan hasil terdapat pengaruh variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan Chandra Supermarket Tanjung Karang dengan nilai $t_{hitung}(4,481) > t_{tabel}(1,660)$. Kemudian pada variabel kepribadian berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan Chandra Supermarket Tanjung Karang dengan nilai $t_{hitung}(5,882) > t_{tabel}(1,660)$. Pada uji F diperoleh hasil dimana pengaruh antara gaya hidup dan kepribadian berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli pelanggan Chandra Supermarket Tanjung Karang dengan nilai $F_{hitung}(73,764) > F_{tabel}(3,09)$ dan pada pengujian R square. Nilai R square pada penelitian ini yaitu 60,3% besar kontribusi variabel gaya hidup dan kepribadian terhadap minat beli.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kepribadian, Minat Beli

**THE EFFECT OF CONSUMER LIFESTYLES AND PERSONALITIES ON
CUSTOMER BUYING INTEREST IN CHANDRA
SUPERMARKET TANJUNG KARANG**

Fransiska Eri Puji Astuti

2019112193

ABSTRACT

The development of technology in the current 5.0 era provides many benefits for humans, especially in the field of trading business, this is what has a significant impact so that there are changes in consumer behavior on one's lifestyle and personality that affect a buying interest. This study aims to determine the influence of lifestyle and personality on the buying interest of customers of Chandra Supermarket Tanjung Karang. This type of research is quantitative research. The population in this study is consumers who shop at Chandra Supermarket Tanjung Karang.

The sampel technique is to use Purposive Sampling with the Lemeshow formula because the population number is not yet known with certainty and for the number of sampel is 100 respondents. The data analysis technique that I use multiple linear regression, classical assumption test, in the T test obtained results on lifestyle variables influential significant on the buying interest of customers of Chandra Supermarket Tanjung Karang with values $(4,481) > (1,660)$. Then the personality variable has a significant effect on the buying interest of Chandra Supermarket Tanjung Karang customers with value $(5,882) > (1,660)$. In test F, results were obtained where the influence between lifestyle and personality had a joint or significant effect on the buying interest of Chandra Supermarket Tanjung Karang customers with value $(73,764) > (3,09)$ and on the R square test. The R square value in this study is 60.3% of the contribution of lifestyle and personality variables to buying interest.

Keywords : Lifestyles, Personalities, Buying Interest