

ABSTRAK

Adha Riyani. 2021. *Pengaruh Sosial, Kebudayaan dan Pribadi terhadap Perilaku Konsumen Produk EIGER pada Generasi Milenial di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, SE.,MM

Kata Kunci: Sosial, Kebudayaan, Pribadi, Perilaku Konsumen

Penelitian ini tentang produk EIGER yang sangat tidak asing dimata generasi milenial yang pencinta alam dari faktor sosial, kebudayaan dan pribadi seseorang yang membuat para pencinta alam memilih produk EIGER yang dijadikan nama brand produk yang di gunakan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1).Apakah sosial, kebudayaan dan pribadi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen produk EIGER pada generasi milenial di Kota Banjarmasin 2). Apakah sosial, kebudayaan dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen produk EIGER pada generasi milenial di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada pengguna produk EIGER di Kota Banjarmasin. Dengan sampel sebanyak 68 responden. Teknik analisis ini regresi berganda dengan bantuan *SPSS 22 for windows*.

Hasil dalam penelitian yaitu : variabel sosial dan pribadi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen sedangkan variabel kebudayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen. Hal ini dapat dilihat pada nilai t dimana nilai t-hitung (X_1) $>$ t-tabel ($6,476 > 1,99714$). dan nilai signifikansinya $0,000 <$ dari pada $0,05$. Variabel kebudayaan (X_2) dimana pada nilai t-hitung $<$ t-tabel ($-777 < 1,99714$) dan nilai signifikansinya sebesar $0,444 > 0,05$. Variabel Pribadi (X_3) pada nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,228 > 1,99714$) dengan nilai signifikansinya $0,029 < 0,05$. Sedangkan secara simultan ketiga variabel yaitu sosial (X_1), kebudayaan (X_2) dan pribadi (X_3). Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung $>$ F-tabel ($32,030 > 3,14$) dan nilai signifikansinya sebesar $0,000$ dimana nilai ini lebih kecil dari α sebesar $0,05$ ($0,000 < 0,05$).