

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Toko bunga H. Radiannor telah berdiri sejak tahun 1995, kurang lebih 25 tahun yang beralamat di Jalan Melati Rt.07/01, Kelurahan Selat Tengah, Kecamatan Selat, Kabupaten Kapuas. Toko ini menjual berbagai macam jenis bunga artifisial mulai dari bunga mawar, anggrek, dahlia, tulip dan lain-lain yang dirangkai sendiri oleh pemilik tokonya menjadi bunga meja, bunga dinding, bunga gantung, bunga pojok dan buket tangan. Adapun harganya mulai dari Rp. 20.000 sampai dengan Rp. 400.000, tergantung dari besaran dan jumlah bunga yang diperlukan konsumen. Konsumen juga bisa membeli bunga artifisialnya saja tanpa dirangkai menjadi bunga meja, bunga dinding, dsb. Dengan kisaran harga mulai dari Rp. 5000 sampai dengan Rp. 75.000 pertangkai bunga.

Selain menjual bunga artifisial, di toko ini menjual perlengkapan untuk bunga artifisial seperti busa, daun bunga, rumput dan pot bunga yang terbuat dari plastik, kayu dan keramik. Busa ada kering dan basah. Untuk yang kering dikenakan harga Rp. 8000 sedangkan yang basah Rp. 15.000. Adapun pot bunga mulai dari harga Rp. 5000 sampai dengan Rp. 400.000. Di toko ini juga menjual guci dengan berbagai macam bentuk

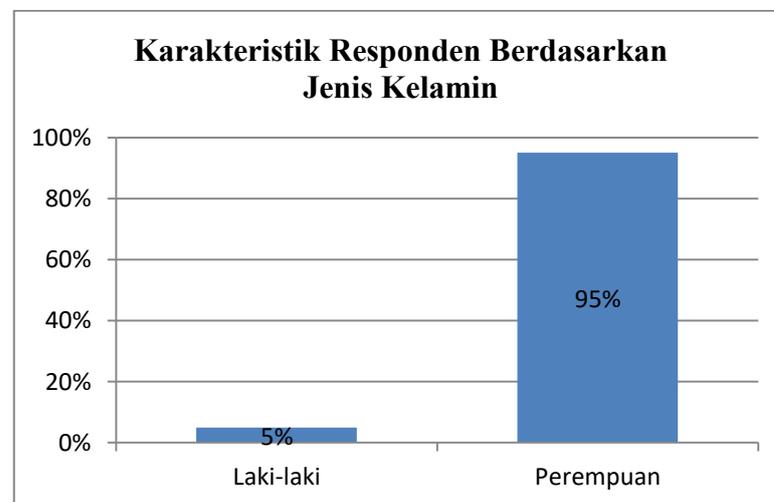
dan model yang dikenakan harga mulai dari Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.

2. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh konsumen yang membeli bunga artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas yang bersedia menjadi responden. Dalam suatu kuesioner, penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu:

a. Jenis Kelamin

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



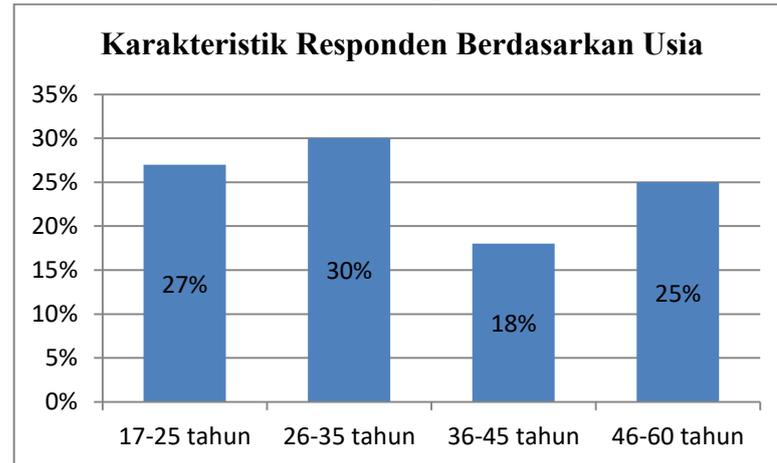
Sumber: Hasil penelitian 2024 (Data diolah)

Dari gambar di atas, diketahui responden laki-laki sebanyak 3 orang atau 5% dan responden perempuan sebanyak 57 orang atau 95%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas

responden untuk konsumen yang pernah membeli bunga artifisial di Toko Bunga H. Radiannor adalah perempuan.

b. Usia

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

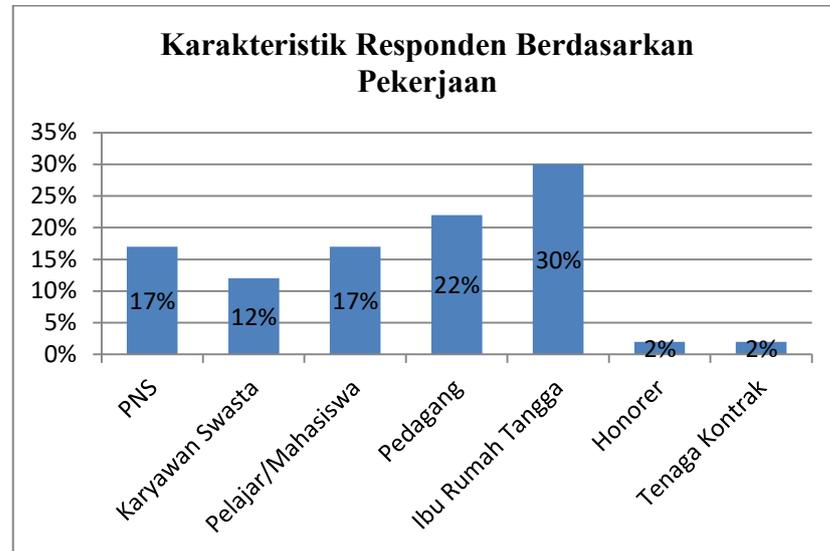


Sumber: Hasil penelitian 2024 (Data diolah)

Dari gambar di atas, diketahui bahwa kelompok usia responden yang terbanyak yaitu berkisar antara 26-35 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 30%. Adapun yang berusia 17-25 tahun berjumlah sebanyak 16 orang atau 27%. Kemudian responden yang berusia antara 46-60 tahun berjumlah sebanyak 15 orang atau 25% dan yang paling sedikit berusia antara 36-45 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau 18%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden untuk konsumen yang membeli bunga artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas ialah responden yang berusia antara 26-35 tahun.

c. Pekerjaan

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

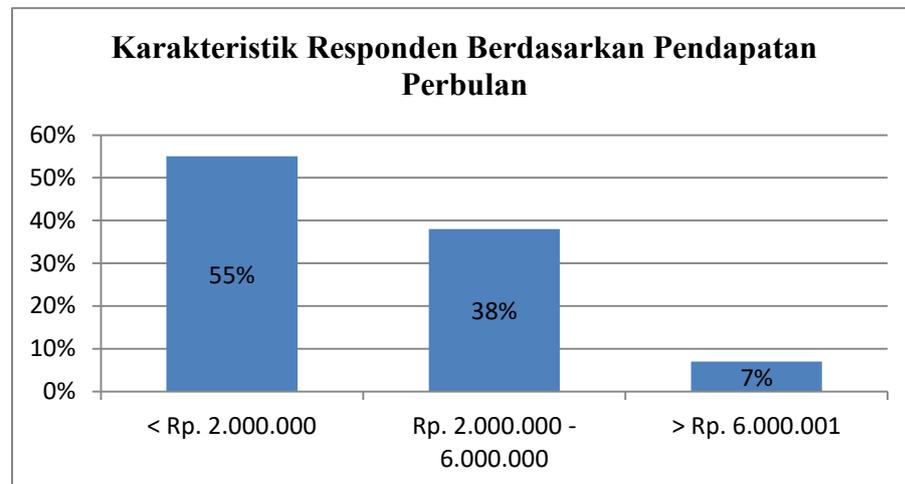


Sumber: Hasil penelitian 2024 (Data diolah)

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa kelompok pekerjaan responden yang terbanyak adalah ibu rumah tangga yaitu berjumlah 18 orang atau 30%. Kemudian disusul dengan kelompok pedagang yang berjumlah 13 orang atau 22%. Pegawai Negeri Sipil (PNS) memiliki jumlah responden yang sama dengan pelajar/mahasiswa yaitu 10 orang atau 17%. Adapun kelompok pekerjaan karyawan swasta berjumlah 7 orang atau 12%. Yang paling sedikit jumlah respondennya ialah honorer dan tenaga kontrak yaitu berjumlah 1 orang atau 2%. Jadi, dapat disimpulkan, bahwa mayoritas yang menjadi responden untuk konsumen yang pernah membeli bunga artifisial di Toko Bunga H. Radiannor adalah dari kalangan ibu rumah tangga.

d. Pendapatan Perbulan

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan



Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data diolah)

Dari gambar diatas, diketahui bahwa kelompok pendapatan perbulan responden yang terbanyak ialah pendapatan yang kurang dari Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 33 orang atau 55%. Kemudian pendapatan yang berkisar antara Rp. 2.000.000 - 6.000.000 berjumlah 23 orang atau 38%. Dan yang paling sedikit jumlah respondennya adalah pendapatan diatas Rp. 6.000.000 yaitu 4 orang atau 7%. Jadi, dapat disimpulkan mayoritas yang menjadi responden untuk konsumen yang pernah membeli bunga artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas ialah konsumen dengan pendapatan dibawah Rp. 2000.000 perbulan.

3. Analisis Deskriptif Variabel

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif ditunjukkan untuk memberikan gambaran atau deskriptif data dari variabel independen yaitu

psikologis dan pribadi, serta variabel dependen yaitu perilaku konsumen dengan melihat nilai *mean*, *minimum*, *maximum* dan standar deviasi.

Tabel 4.1
Analisis Deskriptif

Date: 05/23/24 Time: 19:02 Sample: 1 60			
	Y	X1	X2
Mean	53.21667	42.30000	35.85000
Median	53.00000	42.00000	36.00000
Maximum	65.00000	50.00000	45.00000
Minimum	39.00000	31.00000	24.00000
Std. Dev.	6.134348	4.416072	4.406563
Skewness	-0.090832	-0.321350	-0.247547
Kurtosis	2.574845	3.063231	3.134356
Jarque-Bera Probability	0.534398 0.765521	1.042656 0.593732	0.657926 0.719670
Sum	3193.000	2538.000	2151.000
Sum Sq. Dev.	2220.183	1150.600	1145.650
Observations	60	60	60

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel analisis deskriptif di atas, nilai rata-rata variabel perilaku konsumen (Y) sebesar 53,216% dengan angka minimum sebesar 39,000% dan angka maksimum sebesar 65,000% serta angka standar deviasi sebesar 6,1343%. Adapun variabel psikologis (X1) nilai rata-ratanya sebesar 42,300% dengan angka minimum sebesar 31,000% dan angka maksimum sebesar 50.000% serta angka standar deviasi sebesar 4,4160%. Kemudian variabel pribadi (X2) nilai rata-ratanya sebesar 35,850% dengan angka minimum sebesar 24,000% dan angka maksimum sebesar 45,000% serta angka standar deviasi sebesar 4.4065%.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Pernyataan dianggap valid maupun tidak dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Hasil r_{hitung} bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid.

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 60 orang maka r_{tabel} dapat diperoleh melalui *r product moment person* dengan $df = n-2$, jadi $df = 60-2 = 58$ maka $r_{tabel} = 0,21$. Berikut hasil dari uji validitas dengan bantuan Eviews 12 (dapat dilihat di lampiran) pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
Psikologis (X1)	1	0.583	0.21	Valid
	2	0.736	0.21	Valid
	3	0.751	0.21	Valid
	4	0.774	0.21	Valid
	5	0.838	0.21	Valid
	6	0.763	0.21	Valid
	7	0.623	0.21	Valid
	8	0.456	0.21	Valid
	9	0.690	0.21	Valid
	10	0.532	0.21	Valid
Pribadi (X2)	11	0.813	0.21	Valid
	12	0.807	0.21	Valid
	13	0.864	0.21	Valid
	14	0.742	0.21	Valid
	15	0.783	0.21	Valid
	16	0.707	0.21	Valid
	17	0.589	0.21	Valid
	18	0.643	0.21	Valid
	19	0.576	0.21	Valid

Perilaku Konsumen (Y)	20	0.593	0.21	Valid
	21	0.571	0.21	Valid
	22	0.721	0.21	Valid
	23	0.678	0.21	Valid
	24	0.698	0.21	Valid
	25	0.611	0.21	Valid
	26	0.476	0.21	Valid
	27	0.682	0.21	Valid
	28	0.542	0.21	Valid
	29	0.573	0.21	Valid
	30	0.564	0.21	Valid
	31	0.561	0.21	Valid
	32	0.642	0.21	Valid

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Dari tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Croanbach's Alpha* untuk mengetahui apakah reliable atau tidak suatu alat ukur. Jika nilai *Croanbach's Alpha* $> 0,6$ maka kuesioner dapat dikatakan reliable. Berikut hasil uji reliabilitas dengan bantuan *Microsoft Excel 2010* pada table dibawah ini.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Psikologis (X1)	0.854	0.60	Reliabel
Pribadi (X2)	0.890	0.60	Reliabel

Perilaku Konsumen (Y)	0.845	0.60	Reliabel
-----------------------	-------	------	----------

Sumber: Data Olahan Excel 10, 2024

Berdasarkan table di atas, nilai *Croanbach's Alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, semua item dinyatakan reliable dan siap untuk dimasukkan kedalam analisis data.

3. Uji Asumsi Klasik

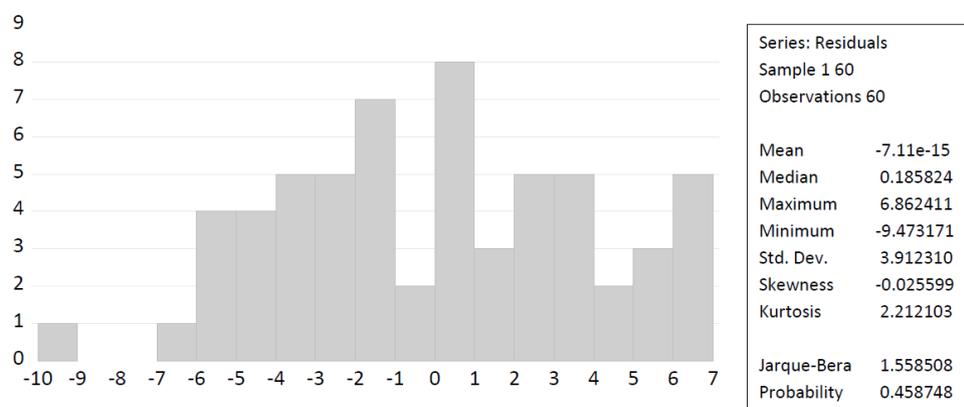
a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan uji *Jarque-Bera*. Uji ini dengan melihat P Value sebagai berikut:

- 1) Bila P Value > 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Bila P Value < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Gambar 4.5

Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Pada gambar 4.1 di atas, nilai *Jarque-Bera* sebesar 1.558508 dengan P Value 0.458748. Maka dapat disimpulkan model pada penelitian ini berdistribusi normal, karena P Value lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi kolerasi yang tinggi antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik ialah model regresi yang tidak terjadi multikolonieritas. Adapun nilai uji multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen. Berikut hasil uji multikolonieritas dengan bantuan Eviews 12.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolonieritas

Variance Inflation Factors			
Date: 04/24/24 Time: 21:44			
Sample: 1 60			
Included observations: 60			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	25.99915	98.46157	NA
X1	0.026872	184.0402	1.951531
X2	0.026988	133.3085	1.951531

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Dari hasil uji multikolonieritas di atas, dapat diketahui nilai VIF variabel X1 sebesar 1,951531 dan nilai VIF variabel X2 sebesar 1,951531. Dari kedua variabel independen menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 maka model regresi tidak terjadi multikolonieritas. Untuk

melihat nilai tolerance ($1 - \text{nilai } R^2$) yaitu ($1 - 0,026 = 0,974$) dimana nilai tolerance $> 0,10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis dari nilai VIF dan nilai tolerance, maka tidak terjadi gejala multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Gletser. Jika hasil tingkat kepercayaan uji Glejser $> 0,05$ maka tidak terkandung heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan bantuan Eviews 12.

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	1.420061	Prob. F(2,57)	0.2501
Obs*R-squared	2.847709	Prob. Chi-Square(2)	0.2408
Scaled explained SS	2.154456	Prob. Chi-Square(2)	0.3405

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat diketahui nilai probability *chi-square* dari *Obs*R-squared* sebesar 0,2408 lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel psikologis (X_1), variabel pribadi (X_2) terhadap variabel perilaku konsumen (Y) digunakan uji regresi berganda dengan persamaan berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Variabel dependen

β_0 = Konstanta regresi/titik potong sumbu Y

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi/pengaruh

$X_1 X_2$ = Variabel independen

ε = error term

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program Eviews 12. Berikut hasil perhitungan uji regresi berganda.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 04/24/24 Time: 22:03				
Sample: 1 60				
Included observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.024738	5.098936	1.377687	0.1737
X1	0.894783	0.163926	5.458466	0.0000
X2	0.232708	0.164280	1.416537	0.1621
R-squared	0.593248	Mean dependent var	53.21667	
Adjusted R-squared	0.578976	S.D. dependent var	6.134348	
S.E. of regression	3.980355	Akaike info criterion	5.649326	
Sum squared resid	903.0640	Schwarz criterion	5.754043	
Log likelihood	-166.4798	Hannan-Quinn criter.	5.690287	
F-statistic	41.56727	Durbin-Watson stat	1.579257	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi di atas, maka diperoleh hasil bentuk suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,024 + 0,894 (X_1) + 0,232 (X_2)$$

Berikut ini penjelasan dari persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta dari persamaan regresi linier berganda sebesar 7,024738. Ini berarti jika semua variabel bebas yakni psikologis dan pribadi memiliki nilai nol maka nilai variabel dependen sebesar 7,024738.

b. Psikologis (X1) terhadap Perilaku Konsumen (Y)

Dari hasil regresi di atas, ditemukan bahwa nilai koefisien psikologis sebesar 0,894783. Ini menunjukkan bahwa psikologis memiliki nilai yang positif, artinya variabel psikologis berhubungan secara positif dengan variabel perilaku konsumen. Jika variabel psikologis mengalami kenaikan satu satuan maka variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0,894783.

c. Pribadi (X2) terhadap Perilaku Konsumen (Y)

Dari hasil regresi di atas ditemukan bahwa nilai koefisien pribadi sebesar 0,232708. Ini menunjukkan bahwa psikologis memiliki nilai yang positif, artinya variabel psikologis berhubungan secara positif dengan variabel perilaku konsumen.

Jika variabel psikologis mengalami kenaikan satu satuan maka variabel dependent akan mengalami kenaikan sebesar 0,232708.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Di bawah ini hasil dari pengujian model regresi koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.593248
Adjusted R-squared	0.578976

Dependen Variabel: Perilaku Konsumen

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai Adjusted $R^2 = 0.578976$. Artinya pengaruh variabel bebas (psikologis dan pribadi) terhadap variabel terikat (perilaku konsumen) adalah sebesar 57%. Sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Tabel 4.8
Hasil Uji F

F-statistic	41,56727
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa nilai prob. (F-statistic) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independent (psikologis dan pribadi) berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian bunga artifisial.

b. Uji t (Uji Parsial)

Dalam regresi linier berganda, uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independent yakni psikologis dan pribadi terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumen. Jika nilai prob.t hitung (ditunjukkan pada prob) lebih kecil dari tingkat kesalahan (alpha) 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya, sedangkan apabila nilai prob.t hitung lebih besar dari tingkat kesalahan (alpha) 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya. Berikut hasil uji statistik t dengan bantuan Eviews 12.

Tabel 4.8
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.024738	5.098936	1.377687	0.1737
X1	0.894783	0.163926	5.458466	0.0000
X2	0.232708	0.164280	1.416537	0.1621

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil uji t di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Faktor Psikologis

Hasil dari uji t di atas diketahui pada variabel psikologis (X1) diperoleh nilai t sebesar 5,458466 sedangkan nilai t_{tabel}

sebesar 2,00172 dengan probabilitas sebesar 0,0000 yang nilainya dibawah 0,05. Dengan demikian H_1 diterima, yang berarti variabel psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen secara parsial.

2) Faktor Pribadi

Hasil dari uji t di atas diketahui pada variabel pribadi (X_2) diperoleh nilai t sebesar 1.416537 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,00172 dengan probabilitas sebesar 0.1621 yang nilainya diatas 0,05. Dengan demikian H_2 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel pribadi terhadap perilaku konsumen secara parsial.

C. Analisis Data

Analisis data hasil dari penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Psikologis dan Pribadi secara simultan terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bunga Artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas

Berdasarkan hasil output Eviews 12 di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 41,567 dan nilai F_{tabel} sebesar 4,01. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($41,567 > 4,01$). Nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel psikologis (X_1) dan pribadi (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen (Y). Adapun

koefisien determinasi yang dilihat dari nilai Adjusted R^2 adalah 0.578976. Artinya pengaruh variabel bebas (psikologis dan pribadi) terhadap variabel terikat (perilaku konsumen) adalah sebesar 57%. Sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini.

2. Pengaruh Psikologis dan Pribadi secara parsial terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bunga Artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas

a. Pengaruh Psikologis terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bunga Artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Psikologis (X1) terhadap Perilaku Konsumen (Y) dengan nilai t sebesar 5,458466 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,00172 . Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,458466 > 2,00172$). Nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan artinya berpengaruh secara parsial variabel psikologis (X1) terhadap perilaku konsumen (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi psikologis, maka semakin tinggi pula perilaku konsumen dalam pembelian bunga artifisial di toko bunga H. Radiannor.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari Kotler dan Amstrong (2008) bahwa psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Chaplin (2009) berpendapat bahwa psikologis itu merupakan aspek-aspek dari luar yang bersifat kejiwaan yang memengaruhi individu. Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenal perasaan mereka, mengumpulkan serta memahami informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rameshwaran (2021), Hasani dkk., (2022) dan Rosalind dkk., (2023). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa psikologis dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian.

b. Pengaruh Pribadi terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian

Bunga Artifisial di Toko Bunga H. Radiannor Kota Kuala Kapuas

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Pribadi (X1) terhadap Perilaku Konsumen (Y) dengan nilai t sebesar 1.416537 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,00172. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1.416537 < 2,00172$). Nilai signifikan sebesar 0.1621 yang lebih besar dari 0,05 ($0.1621 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak atau dikatakan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh secara parsial variabel psikologis (X1) terhadap perilaku konsumen (Y). Nilai positif dari pribadi menunjukkan bahwa semakin baik pribadi, maka akan diikuti dengan semakin baiknya peningkatan

perilaku konsumen dalam pembelian bunga artifisial di toko bunga H. Radiannor.

Pribadi pada konsumen Toko Bunga H. Radiannor sudah baik namun belum dapat menciptakan perilaku konsumen dalam pembelian bunga artifisial. Pelanggan Toko Bunga H. Radiannor membeli bunga artifisial karena dorongan kebutuhan yang membuat konsumen tidak perlu mempertimbangkan usia, pekerjaan maupun gaya hidup.

Hasil penelitian ini berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Sostar & Ristanovic, (2023), Rumagit dkk., (2022) dan Lestari dkk., (2022) yang menghasilkan pribadi memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.