

ABSTRAK

Nasriah, Stambuk 105720338011, **Pengaruh Budaya terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Makassar**, dibimbing oleh Drs. H. Abd. Wahab Saleh SE., Msi dan Muh. Nur Rasyid SE., MM.

Penelitian dilaksanakan pada PT. Hadji Kalla cabang Makassar. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah memakai mobil Toyota Avanza di area Makassar, sedangkan besarnya sampel yaitu sebanyak 100 konsumen sampel. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara dan observasi. Sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*, koefisien determinasi, serta uji signifikan test t.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Budaya (X) sangat kuat berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Y) dalam membeli Mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Makassar yang ditunjukkan dengan nilai korelasi *product moment* 0,826, koefisien determinasi 68,2% sedangkan untuk uji signifikan uji t diperoleh t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} (t_{hitung} 14,50 > t_{tabel} 1,98) pada taraf signifikan 5%.

Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 68,2% artinya bahwa variabel Budaya (X) memberi pengaruh 68,2% terhadap perilaku konsumen (Y) dalam membeli mobil Toyota Avanza pada PT.Hadji Kalla cabang Makassar, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 31,8% adalah dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Budaya, Perilaku konsumen.