

# ABSTRACT

CINDY CALISTA

1501020185

## THE IMPACT OF CULTURE ON CONSUMER BUYING BEHAVIOUR AT PT. TOBA SURIMI INDUSTRIES MEDAN

(xiv+64 pages; 5 figures; 36 tables; 7 appendixes)

Culture is a determinant of one's desires and behaviour, especially in the behaviour of decision making and buying behaviour. *PT. Toba Surimi Industries Medan* is a company that engaged in processed products such as frozen seafood and pasteurized crabmeat.

Each country has different cultures so each customer from different country has different demand and the problem is the company can't provide products that match all customers.

The research is using census sampling with 75 employees (management and staff) as respondents. The methods used by writer in this research are descriptive research and causal research. Data used in this research are primary and secondary data.

Based on the analysis result in this research, it can be concluded that there is an impact of culture on consumer buying behaviour at *PT. Toba Surimi Industries Medan*.

From the z test, it shows that the value of z count (5.72) is higher than z table (1.96). Culture has a positive impact on consumer buying behaviour in the amount of 44.3% while the remaining in the amount of 55.7% is caused by other factors. From simple linear regression, it shows the equation of  $Y = 14.252 + 0.553 X$ . It means that the variable culture has a straight relationship to consumer buying behaviour, that if there is an increase on culture, the consumer buying behaviour will also increase.

**Keywords:** Culture, Consumer Buying Behaviour, International Business

References: 22

# ABSTRAK

CINDY CALISTA

1501020185

## DAMPAK BUDAYA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN DI PT. TOBA SURIMI INDUSTRIES MEDAN

(xv+64 halaman; 5 gambar; 36 tabel; 7 lampiran)

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. PT. Toba Surimi Industries Medan adalah perusahaan yang bergerak dalam produk olahan seperti makanan laut beku dan daging kepiting yang dipasteurisasi.

Setiap negara memiliki budaya yang berbeda sehingga setiap pelanggan dari negara yang berbeda memiliki permintaan yang berbeda dan masalahnya adalah perusahaan tidak dapat menyediakan produk yang cocok dengan semua pelanggan.

Penelitian ini menggunakan sampel sensus dengan 75 karyawan (manajemen dan staf) sebagai responden. Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh budaya terhadap perilaku pembelian konsumen pada *PT. Toba Surimi Industries Medan*.

Dari uji z, ini menunjukkan bahwa nilai z count (5.72) lebih tinggi dari z tabel (1.96). Budaya memiliki dampak positif terhadap perilaku pembelian konsumen sebesar 44,3% sedangkan sisanya sebesar 55,7% disebabkan oleh faktor lain. Dari regresi linier sederhana, ini menunjukkan persamaan  $Y = 14.252 + 0,553 X$ . Ini berarti bahwa budaya variabel memiliki hubungan langsung dengan perilaku pembelian konsumen, bahwa jika ada peningkatan pada budaya, perilaku pembelian konsumen juga akan meningkat.

**Kata kunci: Budaya, Perilaku Pembelian Konsumen, Bisnis Internasional**

Referensi: 22