

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh studi faktor-faktor (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis) yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Matahari Departement Store Paragon Mall Semarang.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari Departement Store Paragon Mall Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Uji validitas instrumen menggunakan Confirmatory Factor Analysis, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan Alpha Cronbach. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan faktor budaya dan faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Keputusan Pembelian