

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian semen merek Gresik. Permasalahan penelitian merujuk pada penurunan penjualan dan penurunan nilai Top Brand index semen Gresik dari tahun ke tahun. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen semen Gresik dipengaruhi oleh banyak faktor, beberapa diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dan keseluruhan responden adalah konsumen semen merek Gresik di kota Semarang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh para responden ketika melakukan pembelian. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi:  $Y = 0,554 X_1 + 0,244 X_2 + 0,197 X_3 + 0,317 X_4$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian semen Gresik dipengaruhi oleh variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis sebesar 60,7% sedangkan sisanya sebesar 39,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen