## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh bagi konsumen di Kota Semarang dalam keputusan pembelian pada suatu produk. Variabel independen yang digunakan meliputi Kualitas Nialai Budaya (X1), Kualitas Sosialisasi (X2), Kualitas Individu (X3) dan Sikap (X4), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Sampel yang diambil berjumlah 100 responden dengan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Alat analisisnya menggunakan kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif menggunakan analisis angka indeks, sedangkan analisis kuantitatif menggunakan SPSS 17.0 yang meliputi uji reliabilitas, uji validitas, dan uji normalitas, serta analisis regresi berganda yang meliputi uji *goodness of fit* yakni koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (uji statistik F) uji signifikansi parameter individual (uji t).

Koefisien determinasinya ( $adjusted R^2$ ) sebesar 0,887. Artinya 88,7 persen keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel. Sedangkan 11,3 persen keputusan pembelian dijelaskan diluar model.

**Kata Kunci :** Kualitas nilai dasar budaya, Kualtas Sosialisasi, Kualitas individu, Sikap, Keputusan pembelian