

ABSTRAK

YANAH, NIM 2018116280. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cloth Inc Pada PT. MKI, dibawah bimbingan Ibu Ani Siska MY, SH, MM, MSM. Berdasarkan data penjualan selama 6 bulan terakhir dapat diketahui bahwasannya penjualan mengalami penurunan sehingga hal ini perlu adanya evaluasi untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Jika perusahaan mengetahui pangsa pasarnya secara tidak langsung akan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *customer* untuk membeli produknya. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cloth Inc pada PT. MKI. Sampel yang digunakan sejumlah 97 responden, yang dimana didapatkan responden tersebut hasil dari perhitungan menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya variabel faktor budaya mempunyai t hitung 3,500 lebih besar dari pada t tabel 1,66140 dan diperoleh hasil signifikansi 0,001, variabel faktor sosial mempunyai t hitung 2.405 lebih besar dari pada t tabel 1,66140 dan diperoleh hasil signifikansi 0,018 dan variabel faktor pribadi mempunyai t hitung 3,397 lebih besar dari pada t tabel 1,66140 dan diperoleh hasil signifikansi 0,001. Hasil hipotesis keempat pada variabel faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi secara simultan mempunyai nilai f hitung 56,073 lebih besar dari f tabel yang senilai 3,094 dan diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dapat diterima. Dan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,644 atau 64,4%.

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

ABSTRACT

YANAH. NIM 2018116280. The Influence of Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors affect the purchasing decisions of Cloth Inc. products at PT. MKI.. Under the guidance of Mrs. Ani Siska MY, SH, MM, MSM.

Based on sales data for the last 6 months, it can be seen that sales have decreased so this needs an evaluation to find out what factors can influence purchasing decisions. If the company knows its market share, it will indirectly know the factors that influence customers to buy their products. The purpose of this study is to find out how the influence of cultural, social and personal factors affect the purchasing decisions of Cloth Inc. products at PT. MKI. The sample used is 97 respondents, where the respondents obtained are the results of calculations using the Slovin formula. The results showed that the cultural factor variable had a t count of 3.500 greater than the t table 1.66140 and obtained a significance result of 0.001, the social factor variable had a t count of 2,405 greater than the t table 1.66140 and obtained a significance result of 0.018 and the factor variable personal has a t count of 3.397 which is greater than the t table of 1.66140 and a significance result of 0.001 is obtained. The results of the fourth hypothesis on cultural factors, personal factors, and social factors simultaneously have a calculated f value of 56,073 which is greater than f table which is worth 3,094 and a significance value of 0.000 is obtained, which is smaller than a significance level of 0.05. From these results it can be concluded that the fourth hypothesis can be accepted. And obtained the R2 value of 0.644 or 64.4%.

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors and Purchase Decisions