

ABSTRAK

Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* (studi warga perum pondok halim 2 kabupaten Bangkalan). Dibawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM dan Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* di perum pondok halim 2 kabupaten Bangkalan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *Tupperware* di perum pondok halim 2 Kabupaten Bangkalan dan sampel dalam penelitian ini diperoleh sebesar 50 responden.

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) Secara simultan ketiga variabel yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* (2) Secara parsial variabel budaya dan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* (3) secara parsial variabel pribadi dan psikologi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware* (4) Dari keempat variabel antara budaya, sosial, pribadi dan psikologi, faktor budaya yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk *Tupperware*.

Kata Kunci : budaya, sosial, pribadi, psikologi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The Influence of Culture element, Social, Personal and Phsycologi towards *Tupperware* purchase Decision (Study of Perum Pondok Halim 2 Kabupaten Bangkalan citizen). Under the guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM and Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM.

The aim of this study is to determines the influence of Culture element, Social, Personal and Phsycologi towards *Tupperware* purchase decision in Perum Pondok Halim 2 Kabupaten Bangkalan.

This research use quantitative method which population in this research is a *Tupperware* consumer in Perum Pondok Halim 2 Bangkalan and the sample of this research is 50 respondent.

Data technique analysis use double linier regreton. The result of this research is (1) simultaneously this three variable, Culture, Social, Personal and Phsycologi doesn't have a significant influence towards *Tupperware* purchase decision (2) In culture parcial variable and social have a significant influence towards *Tupperware* purchase decision (3) as personal parcial variable it doesn't have a significant influence towards *Tupperware* purchase decision (4) from fourth variable between culture, social, personal and phsycologi culture element have a domain influence towards *Tupperware* purchese decision.

Keywords : culture, social, personal, phsycologi and purchase decision.