

ABSTRACT

influence consumer behavior towards a purchase decision cape earth batik (batik shop Hj studies. Rohmi) under the guidance of Dr. H PribanusWantara, Drs., MM and Dr. IrNuritaAndriani,

MM, this study aims to determine the effect of phsycology factors, personal, cultural, social, against the decision of batik pembelin Cape Earth in store Hj. Rohmi. This study uses a quantitative method where the population in this study were the buyers in batik shop Hj. Rohmi and samples obtained in this study were 97 respondents

techniques of data analysis using multiple linear analysis. The results of this study were (1) Simultaneously four variables are factors psychology, personal, cultural and social significant effect on purchasing decisions (2) Partially variable factors psychology, personal, cultural and social significantly influence the purchase decision (3) Of the four variables namely psychological factors, personal, cultural and social Yang bepengaruh dominant social factors on purchase decision.

Keywords: *psychological factors, personal cultural, social, and purchase decisions*

ABSTRAK

Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tanjung Bumi (studi pada Toko Batik Hj. Rohmi) dibawah bimbingan Dr. H Pribanus Wantara, Drs., MM dan Dr. Ir Nurita Andriani, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologi, pribadi, budaya, sosial terhadap keputusan pembelian batik Tanjung Bumi di toko Hj. Rohmi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana populasi dalam penelitian ini adalah para pembeli di toko batik Hj. Rohmi dengan sampel penelitian sebanyak 97 responden

Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) Secara simultan keempat variabel yaitu Faktor psikologi, pribadi, budaya dan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Secara parsial Variabel Faktor psikologi, pribadi, budaya dan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan (3) Variabel faktor sosial berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Faktor psikologi, pribadi budaya, sosial, dan keputusan Pembelian