

ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Oriflame. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk Oriflame, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor.

Hasil pengujian analisis faktor menunjukkan bahwa faktor Kepribadian dan konsep diri serta pengaruh keluarga adalah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk Oriflame. Dan juga ternyata faktor Kepribadian dan konsep diri merupakan faktor yang paling menentukan bagi konsumen dalam pembelian produk Oriflame.

Kata kunci : Kepribadian dan konsep diri, pengaruh keluarga.

ABSTRACT

This study discusses what factors are influencing purchasing decisions Oriflame products. Data obtained through the survey by distributing questionnaires to 100 respondents who are consumers who buy Oriflame products, the sampling technique used was convenience sampling, while the analysis tool used is factor analysis.

Test results show that factor analysis of personality factors and self-concept and family influence is a factor that consumers consider in buying Oriflame products. And also was a factor of Personality and self-concept is the most decisive factor for consumers in the purchase of Oriflame products.

Key words: Personality and self-concept, family influences.