

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Budaya, Sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah konsumen pada Zohra Sumantri Boutique Jalan Letjen Supeno (Arteri Permata Hijau) ITC Permata Hijau Lantai 2 D2 No.3 Grogol Utara Jakarta Selatan, Indonesia. Penelitian ini menggunakan 100 Responden, Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square (smart -PLS) versi 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), pribadi (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji persial uji (t).

Kata kunci : Budaya, Sosial, Pribadi dan Keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aims to know the influence culture, social and Personal to Buying Decision. The object for this research is Customers Zohra Sumantri Boutique Jalan Letjen Supeno (Arteri Permata Hijau) ITC Permata Hijau Lantai 2 D2 No.3 Grogol Utara Jakarta Selatan, Indonesia. This research was done to 100 responden using. The sampling technique used Purposive sampling. Data analysis with used PLS version 3.0. The result of this research shows that culture (X1) no influence significant buying decision (Y), Social (X2) has influence positive and significant on buying decision (Y), personal (X3) has influence positive and significant on buying decision (Y). It has been proven from result of (t) partial.

Keyword : Culture, Social, Personal and Buying Decision

