

ABSTRACT

The development of an increasingly advanced era today, demanding speed and movement and transportation. Today many services businesses are found in everyday life, one example is a transportation service company. Many factors that influence the community in the use of transportation services include cultural factors, individual factors, social factors, and psychological factors. This research belongs to causal associative research. Where the object of this study is a citizen Bekasi using KA. Commuter Line as a daily transportation service. Sampling method is non-probability sampling and the type of sample used is simple sampling. The number of samples in this study amounted to 100 respondents. Data analysis techniques used to answer the hypothesis of this study is to use SEM analysis (Structural Equation Modeling) with tools using smartPLS 3.0. The result of the research concludes that culture factor variable have positive and significant effect to purchasing decision, social factor variable has no effect to purchasing decision, variable of individual factor has no effect to purchasing decision, psychological factor variable have positive and significant influence to THB ticket purchase decision.

Keywords: *Cultural Factors, Social Factors, Individual Factors, Psychological Factors, Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, menuntut kecepatan dan perpindahan maupun transportasi. Saat ini berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan jasa transportasi antara lain faktor budaya, faktor individu, faktor sosial, dan faktor psikologis. Penelitian ini tergolong dalam penelitian asosiatif kausal. Dimana objek penelitian ini adalah warga bekasi yang menggunakan KA. *Commuter Line* sebagai jasa transportasi sehari-harinya. Metode pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dan jenis sampel yang digunakan adalah *simple sampling*. Jumlah sample dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa SEM (*Strucuural Equation Modeling*) dengan alat bantu menggunakan smartPLS 3.0. Hasil penelitiannya menyimpulkan variabel faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel faktor individu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tiket THB.

Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Individu, Faktor Psikologis, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA