

ABSTRAK

Widya Ningrum Rachmawati (1199220092) Analisis Perilaku Konsumen Fadhilah Kitchen dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian.

Perkembangan zaman dan trend yang terjadi mempengaruhi perilaku konsumen dapat dilihat dari gaya hidup Masyarakat yang ingin mencoba segala sesuatu yang baru dalam kalangan tertentu cenderung menghabiskan waktu diluar baik pada waktu luang maupun saat bekerja. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang, itu ditentukan oleh karakter atau sikap setiap individu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor keberkahan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor keberkahan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2009) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ada 4 yaitu, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Dan menurut Munrokhim Misanam (2004), perilaku konsumen muslim dipengaruhi oleh masalah berkah atau keberkahan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bantuan program SPSS versi 21.0. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 181 responden dengan teknik *probability sampling* dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi dan kuesioner. Analisis statistik yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganti, uji hipotesis dengan uji t dan uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor kebudayaan (X1) secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), faktor sosial (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel faktor pribadi (X3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), faktor psikologi (X4) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan faktor keberkahan (X5) secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dan hasil uji F secara bersama-sama faktor kebudayaan (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologi (X4) dan faktor keberkahan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,677 yang berarti keputusan pembelian konsumen Fadhilah Kitchen dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor keberkahan sebesar 67,7% dan sisanya 32,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci : Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Faktor Keberkahan, Keputusan Pembelian