

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau apakah variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berkaitan terhadap keputusan pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. Peneliti menggunakan variabel bebas yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Menggunakan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Objek dalam penelitian ini adalah Cafe Cangkir Klasik Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Cafe Cangkir Klasik Jember. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 100 responden. Hasil dari data kuesioner selanjutnya dianalisa dengan menggunakan uji asumsi klasik, pendekatan regresi linier berganda dan uji hipotesis berupa uji simultan (F) dan parsial (t) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dengan menggunakan SPSS versi 16,00. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. Hasil analisis statistik uji t diperoleh bahwa variabel faktor budaya (X1) menunjukkan nilai signifikansi 0,020, variabel faktor pribadi (X3) menunjukkan nilai signifikansi 0,000, variabel faktor psikologis (X4) menunjukkan nilai signifikansi 0,038. Hasil uji F menunjukkan bahwa signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to review whether the variable factor of cultural, social, personal and psychological related to the purchasing decision at Cafe Cups Classical Jember. Researchers used the independent variable is the factor of cultural, social, personal and psychological. Using the dependent variable is the purchasing decision. The object of this research is Cafe Cups Classical Jember. The population in this study are all visitors Cafe Cups Classical Jember. The sampling technique in this research was done by using Accidental Sampling. This study menggunakan primary data in the form of a questionnaire distributed to respondents of 100 respondents. The results of the questionnaire data were analyzed by using classical assumption test, multiple linear regression approach and test hypotheses in the form of simultaneous test (F) and partial (t) with significance level  $\alpha = 5\%$  by using SPSS version 16.00. The results of this study indicate that the cultural, social, personal and psychological significant effect partially or simultaneously on purchasing decisions at Cafe Cups Classical Jember. Statistical analysis t test showed that the variables of cultural factors (X1) shows significant value 0,020, variable personal factors (X3) shows the significant value of 0.000, the psychological factor variable (X4) shows the significant value of 0.038. F test results showed that the significance of 0.000, indicating that the variable factor of cultural, social, personal and psychological jointly influence on purchase decisions.*

*Key Word: Cultural factor, social factor, personal factor, psychology factor and buying decision*