

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di *Cafe And Resto* Rumah Kedua Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember**

Andi M. Ismail, S.ST, M.Si sebagai Dosen Pembimbing

**Adi Setiawan**

Program Studi Manajemen Agroindustri

Jurusan Manajemen Agribisnis

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan pembelian khususnya pada konsumen *Cafe And Resto* Rumah Kedua, yaitu dengan menganalisis pengaruh dari faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi baik secara serempak maupun secara parsial, serta dilengkapi juga mengenai faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian *Cafe And Resto* Rumah Kedua Kecamatan Umbulsari. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung pada *Cafe And Resto* Rumah Kedua dengan pengambilan sampel sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *SPSS 20.00 for Windows*. Hasil penelitian disimpulkan bahwa faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli di *Cafe And Resto* Rumah Kedua Kecamatan Umbulsari dengan nilai F hitung sebesar 19,272. Secara parsial faktor yang berpengaruh signifikan yaitu faktor psikologi dengan nilai t hitung sebesar 3,336 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$  2,014). Faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi berpengaruh secara tidak signifikan dengan nilai t hitung berturut-turut sebesar 1,381; -0,543; dan 1,438. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di *Cafe And Resto* Rumah Kedua Kecamatan Umbulsari adalah faktor psikologi.

**Kata Kunci** : Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologi, Keputusan Pembelian