

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop Minnie Boutique*” ini ditulis oleh Riska Dewi Yulianti, NIM 2814133108, pembimbing Sri Dwi Estiningrum, SE.,Ak.MM.

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei kepada konsumen *Online Shop Minnie Boutique* di Malang mengenai bagaimana pengaruh perilaku konsumen dari faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi terhadap keputusan pembelian.

Perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, sangat menjadi prioritas dalam penelitian ini, karena persaingan yang sangat tajam diantara pengusaha online shop. Hal utama yang perlu diperhatikan oleh pengusaha *online shop* adalah perilaku konsumen (faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikoogi) dalam memutuskan dan menentukan pembelian dan mempertahankan konsumen, sehingga perusahaan *Online Shop Minnie Boutique* dapat bersaing dengan perusahaan *online shop* lainnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online shop Minnie Boutique*? (2) Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online shop Minnie Boutique*? (3) Apakah faktor psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online shop Minnie Boutique*? (4) Apakah pandangan Islam tentang keputusan pembelian *online shop*? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi terhadap keputusan pembelian *online shop Minnie Boutique* di Malang.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Simple Random Sampling*. Dengan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 86 responden, yaitu konsumen *Online Shop Minnie Boutique*. Setelah melakukan penelitian, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis data kuisioner dengan menggunakan uji *kaiser – meyer – ollen (KMO) barlletts test of sphericity* yang berfungsi untuk menguji apakah betul variabel-variabel bebas yang dilibatkan berkorelasi. Data yang telah di uji harus memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, *uji kaiser – meyer – ollen (KMO) barlletts test of sphericity*, dan uji asumsi klasik.

Untuk melakukan uji secara parsial, digunakan uji t untuk menunjukkan bahwa variabel faktor budaya (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel faktor sosial (X2) berpengaruh, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel faktor psikologi (X3) berpengaruh, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setelah melakukan uji t, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji F. Dapat diketahui bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi secara simultan berpengaruh, positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari ketiga variabel yaitu variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor psikologi (X3) yang paling berpengaruh adalah variabel faktor budaya (X1).

Kata kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Psikologi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The essay with the title "The Influence of Cultural Factors, Social Factors, Psychology Factors Buying Decision Agents of *Online Shop Minnie Boutique*" was written by Riska Dewi Yulianti, NIM 2814133108, counselor of Sri Dwi Estiningrum, SE., Ak.MM.

This thesis uses quantitative research with survey method to consumers of *Online Shop Minnie Boutique* in Malang about how influence of consumer behavior from cultural factor, social factor, psychology factor to decision of purchase.

Consumer behavior in determining purchasing decisions, is a priority in this research, because of the very sharp competition among online shopper. The main thing to be noticed by online shopper is consumer behavior (cultural factor, social factor, and psychology factor) in deciding and determining purchasing and retaining consumer, so *Minnie Boutique Online Shop* company can compete with other *online shop* company.

The problem of this thesis is (1) Does the cultural factor affect the buying decision of *Minnie Boutique online shop*? (2) Do social factors have an effect on buying decision of *Minnie Boutique online shop*? (3) Does the psychological factor affect the buying decision of *Minnie Boutique online shop*? (4) What is the Islamic view of the *online shop* buying decision? The purpose of this study is to examine the influence of cultural factors, social factors, psychological factors on the decision to purchase *online shop Minnie Boutique* in Malang.

This research approach uses quantitative research approach with associative type. The technique used in this research is *Simple Random Sampling* technique. With the number of samples taken in this study as many as 86 respondents, namely consumers *Shop Minnie Boutique*. After doing the research, then the next step is to analyze the questionnaire data by using *kaiser - meyer - ollen (KMO) test of sphericity* test to determine whether the independent variables involved are correlated. The data that has been tested must meet the validity test, reliability test, test *kaiser - meyer - ollen (KMO) barlett's test of sphericity*, and the classical assumption test.

For the partial test using t test to show that culture factor (X1) has positive and significant influence to purchase decision. Social factor variable (X2) has an effect, positive and significant to purchasing decision. Factor psychology variable (X3) have an effect, positive and significant to purchasing decision.

After doing the t test, then the next step is to test F. It is known that the variables of cultural factors, social factors, psychology factors simultaneously have an effect, positive, and significant to the purchase decision. Of the three variables, namely cultural factor (X1), social factor (X2), psychology factor (X3) most influential is cultural factor variable (X1).

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Psychology Factors and Purchase Decisions.