

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji (Studi Pada McDonald's Yogyakarta). Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian minimal 2 kali di restoran McDonald's Yogyakarta dalam 6 bulan terakhir. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 112 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan melakukan penyebaran kuisisioner menggunakan Google Form. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda pada program aplikasi SPSS ver15.0.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Secara parsial, faktor budaya dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor sosial dan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of cultural, social, personal, and psychological factors on fastfood purchasing decision (study on McDonald's in Yogyakarta). The subject in this study was consumers who had purchased at McDonald's restaurant twice in the last 6 months. In this study, sample of 112 respondents were selected using purposive sampling method and distributing questionnaires using Google Form. The analytical tools used is multiple linear regression on application program SPSS ver15.0.

Based on the analysis that have been made that the cultural, social, personal, and psychological factors are positive and significantly influence purchase decision simultaneously. Partially, cultural and psychological factors are positive and significantly influence purchase decision. For social and personal factors are not significantly effect purchase decision.

Keywords: *Cultural Factor, Social Factor, Personal Factor, Psychological Factor, and Purchase Decision*

Keputusan Pembelian