

**PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR
PRIBADI, DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GORENG PADA
RUMAH MAKAN PODOMORO DI KUTOARJO,
PURWOREJO, JAWA TENGAH.**

**Oleh : Faizal Ardiansyah
Dibimbing oleh : Indah Widowati dan Ni Made Suyastiri**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui karakteristik responden yang melakukan pembelian ayam goreng 2) menganalisis pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap proses keputusan pembelian ayam goreng. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Metode pelaksanaan dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*. Metode penentuan lokasi yang digunakan yaitu *purposive*. Banyaknya responden yang diambil dan diteliti adalah 50 orang. Pengambilan responden menggunakan metode *insidental sampling*. Alatanalisis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini yaitu 1) karakteristik responden yang melakukan pembelian di Rumah Makan Podomoro sebagian besar adalah laki-laki. Pendidikan terakhir konsumen Podomoro mayoritas Sarjana. Pekerjaan paling dominan adalah PNS. 2) Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis

Kata Kunci : Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Fator Pribadi, Faktor Psikologis, Proses Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF CULTURAL FACTORS, SOCIAL FACTORS,
PERSONAL FACTORS AND PSYCHOLOGICAL FACTORS
TOWARD THE PURCHASE DECISION PROCESS OF
FRIED CHICKEN IN PODOMORO RESTAURANT,
KUTOARJO, PURWOREJO, JAWA TENGAH.**

By : Faizal Ardiansyah

Guided by : Indah Widowati and Ni Made Suyastiri Y P

ABSTRACT

The purposes of this study are 1) to determine the characteristics of respondents who buy fried chicken 2) analyzing the influence of cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors toward the purchase decision process of fried chicken. The basic method used in the research is quantitative descriptive. The method of implementation in this study uses survey method. The method to determine the location is purposive. The number of respondents taken and studied were 50 people. Retrieval of respondents using incidental sampling method. The instrument analysis in this study uses multiple linear regression analysis. The results of this study are 1) the characteristics of respondents who buy fried chicken at the Podomoro Restaurant are mostly men. The most recent education of Podomoro consumers are Bachelor Degree. The most dominant job is civil servants. 2) Factors that influencing the purchase decisions process include cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors.

Key words: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Purchase Decision Process.