ABSTRAK

Ifman Fauzi, Dampak Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Blossom Factory Outlet Cabang Dago Bandung, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung 2010, Dibawah Bimbingan Raeny Dwisanty, SE.,M.Si

Persaingan dalam bisnis *fashion* di kota Bandung menunjukan persaingan yang semakin ketat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya Factory Outlet yang ada di kota Bandung. Setiap manajemen pemasaran dituntut lebih jeli dalam melihat peluang pasar yang ada, salah satunya dengan cara melihat perubahan perilaku konsumen di masyarakat. Salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah faktor budaya. Suatu produk harus memenuhi nilai budaya pada suatu masyarakat agar produk tersebut dapat diterima dan laku di pasaran.

Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui kondisi budaya pada Blossom Factory Outlet, (2) untuk mengetahui gambaran keputusan pembelian konsumen di Blossom Factory Outlet, (3) Untuk mengetahui seberapa besar dampak budaya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Blossom Factory Outlet.

Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel bebas (budaya) dan variabel terikat (keputusan pembelian). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Populasi dipilih dari konsumen Blossom Factory Outlet cabang Dago Bandung. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan *simple random sampling*. Metode analisis dalam pengolahan data menggunakan analisis regresi linier sederhana, Korelasi *Product-Moment Pearson*, *Method of Succesive Interval* (MSI), Koefisien Determinasi dan Rancangan Uji Hipotesis.

Hasil yang diperoleh bahwa budaya mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian yaitu dengan korelasi sebesar 0,714. Sedangkan besarnya dampak budaya terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 50,92%, yang diukur dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel (10,08 > 1,98), maka dengan demikian Ho ditolak dan terdapat dampak yang signifikan antara budaya terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi budaya maka keputusan pembelian akan semakin tinggi pula.

Kata Kunci : Budaya, Keputusan Pembelian