

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK (STUDI KASUS PADA MIZONE DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh

MUHAMMAD GIFARY

Persaingan yang terjadi dalam industri minuman membuat konsumen memiliki banyak pilihan alternatif dalam membeli sebuah produk, serta konsumen pastinya memiliki cara sendiri saat dihadapkan oleh pilihan-pilihan itu. Cara yang dilakukan konsumen tersebut tercermin kedalam sebuah perilaku konsumen. Permasalahannya “Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian minuman isotonik Mizone?”. Tujuan penelitian ini mengetahui faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap perilaku konsumen minuman isotonik Mizone secara parsial dan simultan dapat meningkatkan keputusan pembelian dan variabel mana yang paling dominan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini konsumen yang pernah membeli minuman isotonik mizone Di Bandar Lampung. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dalam mengambil kesimpulan. Hasil uji hipotesis dengan uji F terdapat pengaruh faktor-faktor dari perilaku konsumen(X) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone (Y) karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Hasil uji t menunjukkan variabel bebas yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terdapat keputusan pembelian (Y). Koefisien  $R^2=0,536$  atau 53,6 artinya faktor-faktor dari perilaku konsumen(X) berperan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian