

SKRIPSI
PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PSIKOLOGI DALAM
MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MEBEL ALUMINIUM PADA *HOME* INDUSTRI
BERKAH ALUMINIUM
LUMAJANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen



ACHMAD FARRIS FAUZI

NIM: 214121621

PROGRAM SARJANA STRATA 1
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYAGAMA LUMAJANG

2018

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PSIKOLOGI DALAM
MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MEBEL ALUMUNIMUM PADA *HOME* INDUSTRI
BERKAH ALUMUNIMUM
LUMAJANG**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium lumajang, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor sosial tidak mempunyai pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian, variabel psikologi mempunyai pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian dengan koefisien determinasi (*adjusted R₂*) diperoleh sebesar 0,270, yang menunjukkan bahwa 27% keputusan pembelian produk mebel alumunium dapat dijelaskan oleh faktor sosial dan psikologi sedangkan sisanya sedangkan sisanya 73% keputusan pembelian produk mebel alumunium dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti Pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : faktor sosial, psikologi , keputusan pembelian

**INFLUENCE OF SOCIAL AND PSYCHOLOGY FACTORS IN DECISION
PURCHASING OF PRODUCTS ALUMINIUM FURNITURE
IN HOME INDUSTRY BERKAH ALUMINIUM
LUMAJANG**

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of social and psychological factors in making purchasing decisions of aluminium furniture products in home industry blessing aluminium lumajang, either partially or simultaneously. This study conducted a test of the hypothesis that there is influence. The influence of social and psychological factors in making purchasing decisions of aluminium furniture products in the home industry blessing aluminium lumajang. The research method used is multiple linear regression statistic method. The results showed that social factor variables have no influence in making purchasing decisions, psychological variables have influence in making purchasing decisions. While simultaneously there is influence of social and psychological factors in making purchasing decision with coefficient of determination (adjusted R²) obtained equal to 0,270, which indicate that 27% purchase decision of aluminium furniture product can be explained by social and psychology factor while the rest while remaining 73% aluminium furniture is influenced by other variables not examined in this research. The limitation of this study is to examine the influence of social and psychological factors in making purchasing decisions. While other variables that influence the purchase decision is expected to be investigated by further researchers.

Keywords: social factors, psychology, purchasing decisions