

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN JERUK KEPROK GARUT**

**Oleh**  
**YOLANDA**  
**165009010**

**Dosen Pembimbing :**  
**HENDAR NURYAMAN**  
**HJ. BETTY ROFATIN**

Pusat produksi jeruk keprok Garut berada di desa Karang Sari Kecamatan Karangpawitan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsumen dalam memutuskan pembelian jeruk keprok Garut dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian jeruk keprok Garut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang dilakukan pada konsumen pengunjung di petani jeruk keprok. Sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 35 orang melalui teknik *accidental sampling*. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kebudayaan dengan kategori sedang, faktor sosial dengan kategori sedang, faktor pribadi dengan kategori sedang, faktor psikologi dengan kategori sedang, dan keputusan pembelian dengan kategori sedang. Secara simultan faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jeruk keprok garut, sedangkan faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Perilaku Konsumen Jeruk Keprok Garut

## **ABSTRACT**

### **FACTORS INFLUENCING CUSTOMER DECISION IN PURCHASING GARUT TANGERINE**

**By:**  
**YOLANDA**  
**165009010**

**Supervisor :**  
**HENDAR NURYAMAN**  
**HJ. BETTY ROFATIN**

Garut tangerine production center is located in Karang Sari village, Karangpawitan district. This study aims to describe consumers' decision to purchase Garut tangerine and analyze the factors that influence them in deciding to purchase Garut tangerine. The method used in this research is a survey method conducted on consumers at Garut tangerine farmers. The sample taken in this study is 35 respondents and selected by accidental sampling technique. The primary data is gained from interview. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. The result of the analysis showed that cultural factors are in the medium category, social factors are in the medium category, personal factors are in the medium category, psychological factors are in the medium category, and purchasing decisions are in the medium category. Simultaneously, cultural, social, personal and psychological factors have a significant effect on purchasing decision. Partially, cultural, social and personal factors have a significant effect on purchasing decision at Garut tangerine, while psychological factor does not have a significant effect on purchasing decision.

**Keyword:** Consumer Behavior of Garut Tangerine