

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi, psikologi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Toko *Isna Collection* Surabaya. Sampel penelitian diambil sebanyak 90 responden dengan teknik *accidental sampling*. Data diambil dengan menggunakan kuisioner. Analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa budaya secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; sosial, secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko *Isna Collection* Surabaya dengan nilai signifikansi sebesar 0,012; pribadi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko *Isna Collection* Surabaya dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; psikologi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko *Isna Collection* Surabaya dengan nilai signifikansi sebesar 0,023; budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko *Isna Collection* Surabaya secara parsial dan simultan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

**Kata kunci :** budaya, sosial, pribadi, dan psikologi, dan keputusan pembelian

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of culture, social, personal, psychology on purchasing decisions. This research is quantitative descriptive. The research population is Surabaya Isna Collection Toko customers. The research sample was taken as many as 90 respondents with accidental sampling technique. Data taken using questionnaires. The data analysis of this research is multiple linear regression analysis. From the results of multiple linear regression analysis with the help of SPSS, the results show that culture partially has a significant positive effect on purchasing decisions with a significance value of 0,000; socially, partially significant positive effect on purchasing decisions at Surabaya Isna Collection Stores with a significance value of 0.012; personally partially significant positive effect on purchasing decisions at Isna Collection Surabaya Store with a significance value of 0,000; psychology partially significant positive effect on purchasing decisions at Surabaya Isna Collection Stores with a significance value of 0.023; culture, social, personal and psychology simultaneously have a significant and simultaneous influence on purchasing decisions in Surabaya Isna Collection Stores partially and simultaneously with a significance value of 0,000.*

**Keywords:** *culture, social, personal, and psychological, and purchasing decisions*