

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang cepat dan diiringi oleh teknologi canggih, menimbulkan persaingan yang ketat di kalangan pengusaha. Hal ini memacu para pengusaha untuk menciptakan berbagai macam produk dengan menjanjikan keunggulan dan kualitas yang tinggi. Konsumen sebagai pembeli dan pengguna produk untuk memenuhi kebutuhannya dihadapkan pada berbagai macam pilihan yang ditawarkan di pasaran.

Keputusan pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen seringkali berubah-ubah dan tidak mudah untuk memahami begitu saja apa yang mereka lakukan, maka banyak pendekatan terhadap konsumen yang dilakukan pemasar atau penjual supaya mereka dapat sukses dalam memasarkan produknya dan mencapai hasil yang optimal. Selain itu konsumen seringkali membeli suatu produk sesuai selera dan keinginannya. Tetapi jika ditelusuri lebih dalam, sebenarnya keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dilandasi oleh banyak faktor. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif melalui media kuesioner dari populasi yang menggunakan kartu simpati di Bandung dengan sampel 100 responden. Kuesioner yang dibagikan ke responden menggunakan skala *likert* yang dilengkapi dengan berbagai teknik pengumpulan data. Sedangkan, dari segi pengujian penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas dengan teknik analisis deskriptif.

Kata Kunci : Faktor- Faktor, Keputusan Pembelian dan dengan teknik analisis deskriptif