

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenal masalahnya dan mengevaluasi terkait produk yang akan dibeli. Keputusan pembelian muncul saat konsumen merasa tertarik dan ingin mendapatkan produk yang telah dilihatnya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan yang paling dominan juga untuk mengetahui faktor baru yang terbentuk dalam pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian produk busana gamis wanita pada Toko Baju AA di Pasar Pemda Cikampek. Pemilihan busana gamis wanita sebagai objek penelitian karena banyaknya penjual di Pasar Pemda Cikampek yang memilih untuk melakukan penjualan busana gamis wanita tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen Toko Baju AA. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Faktor-faktor yang meliputi penelitian ini adalah keluarga, kelas sosial, kebudayaan, kelompok referensi, motivasi, persepsi, pengalaman belajar, kepribadian, kepercayaan dan sikap, pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, dan jumlah pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian dari 13 dimensi yang diujikan menghasilkan ekstraksi dimana terdapat tiga faktor baru yang terbentuk diantaranya yaitu *component I* dengan nama faktor Keluarga dan *variance* 33,973%, *component II* dengan nama faktor Kepribadian dan *variance* 14,548%, dan *component III* dengan nama faktor Pilihan Saluran Pembelian dan *variance* 9,494%. Pemecahan masalah penelitian telah dijelaskan oleh ketiga faktor yang terbentuk secara keseluruhan dapat menjawab 58,015% dari masalah dalam penelitian. Sisanya sebesar 41,985% tidak dijelaskan dalam penelitian karena dianggap tidak berkontribusi secara signifikan. Kesimpulan penelitian ini, berdasarkan hasil pengolahan data terdapat tiga faktor baru yang terbentuk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian busana gamis di Toko Baju AA, dan yang paling mempengaruhi adalah faktor Keluarga, sebaliknya untuk faktor yang tingkat pengaruhnya paling tidak signifikan adalah faktor Pengalaman Belajar.

Kata kunci: Keputusan pembelian, faktor-faktor pengaruh, dan usaha pakaian.