

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bradermaker dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa terdapat konsumen bradermaker yang kurang puas dengan kualitas pelayanan, kualitas produk yang berdampak pada keputusan pembelian..

Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84). Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sample dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga di harapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, dalam penelitian ini menggunakan Tabel Rumus Isaac dan Michael Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah sebesar 272 konsumen yang pernah melakukan pembelian pada bradermaker dengan dikesalahan 10%.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan konsumen 272 konsumen yang pernah melakukan pembelian pada bradermaker, terhadap faktor-faktor keputusan pembelian, berada pada kategori tinggi, tanggapan responden tertinggi berada pada dimensi jumlah pembelian pada item pernyataan dua puluh tiga mengenai membeli produk bradermaker selain untuk memenuhi kebutuhannya yang memperoleh hasil persentase skor sebesar 71.62%, sementara tanggapan responden terendah berada pada dimensi pilihan produk pada item pernyataan enam belas mengenai bradermaker sering ikut serta dalam pameran yang memperoleh hasil persentase skor sebesar 66.32%.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bradermaker”, maka diperoleh kesimpulan, Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor internal, eksternal, situasional, pilihan produk, pilihan merek, pilihan panyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian, merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian produk bradermader.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pemasaran, Keputusan Pembelian