

Abstrak

Perkembangan ritel yang membawa dampak pada kehidupan manusia saat ini yang merupakan salah satu peluang bisnis yang menggiurkan dengan menawarkan berbagai jenis barang dan jasa dari ratusan merek yang terjual di pasaran dengan seiring berkembangnya bisnis ritel di kota-kota besar di Indonesia seperti bisnis ritel matahari *departmen store* merupakan salah satu bisnis ritel terbesar di Indonesia yang membuat konsumen ingin membeli dan datang kembali dikarenakan matahari mampu menyediakan produk-produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang bagus dan dapat membuat konsumen ingin melakukan pembelian kembali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian produk pakaian pria, pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian produk pakaian pria, pengaruh pribadi terhadap keputusan pembelian produk pakaian pria, pengaruh psikologi terhadap keputusan pembelian produk pakaian pria. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan metode non *probability sampling* khususnya purposive sampling, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis (*Partial Least Square*) PLS dengan bantuan *smartPLS 3.0*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3) faktor pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) faktor psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dimana budaya dan sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pribadi dan psikologi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana untuk pembelian pakaian produk pria matahari diharapkan lebih memahami faktor budaya dan sosial untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu sangat penting untuk pemasaran mengetahui berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk pakaian pria di matahari.

Kata kunci : Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, dan Keputusan pembelian.