

ABSTRAK

Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan, yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Setiap konsumen tentunya memiliki faktor-faktor tersendiri dalam mengambil keputusan, salah satunya adalah faktor selera konsumen dan lingkungan sosial konsumen yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Selera Konsumen dan Lingkungan Sosial Konsumen terhadap Keputusan Pembelian studi kasus pada konveksi Jini Collection desa Asempapan kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field resech* dan menggunakan *cluster sampling*. Sumber data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen konveksi Jini Collection sejumlah 96 responden dan data sekunder diambil dari dokumentasi dari konveksi Jini Collection. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Sedangkan analisis data menggunakan regresi berganda.

Adapun hasil temuan penelitian ini adalah pertama, terdapat pengaruh Selera Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Konveksi Jini Collection. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($8,212 > 1,986$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kedua, terdapat pengaruh Lingkungan Sosial Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Konveksi Jini Collection. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,231 > 1,986$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,028 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,028 < 0,05$). Ketiga, Selera Konsumen dan Lingkungan Sosial Konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Konveksi Jini Collection. Hal ini terlihat dari F_{hitung} sebesar 37,718 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37,718 > 3,09$). Hasil koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya *Adjusted R Square* sebesar 0,436 atau 43,6%. Ini artinya sumbangan pengaruh variabel independen Selera Konsumen dan Lingkungan Sosial Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Konveksi Jini Collection adalah sebesar 43,6% sedangkan sisanya 56,4% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Selera Konsumen, Lingkungan Sosial Konsumen, Keputusan Pembelian*