**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGIS, DAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGUNJUNGI DAN MENGKONSUMSI DONUT DI MOKKO *FACTORY* DONUT PLAZA ANDALAS PADANG**

**Andi Antha Kusuma1, Listiana Sri Mulatsih2, Linda Wati2**

1Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

2Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail :[*andy.antha@yahoo.co.id*](mailto:andy.antha@yahoo.co.id) [*economiciana@yahoo.com*](mailto:economiciana@yahoo.com)[*l11nda@yahoo.co.id*](mailto:l11nda@yahoo.co.id)

***Abstrak***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, pribadi, psikologis, dan budaya terhadap keputusan pembelian konsumen di Mokko *Factory* Donut. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Sampel yang digunakan 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t-test untuk membuktikan pengaruh faktor sosial, pribadi, psikologis, dan budaya terhadap keputusan pembelian konsumen di Mokko *Factory* Donut di kota Padang. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor sosial, psikologis dan budaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsmen di Mokko *Factory* Donut kota Padang. Saran peneliti untuk perusahaan agar Pihak perusahaan sebaiknnya meningkatkan perhatian terhadap faktor sosial, psikologis, dan budaya, karena dari hasil penelitian terbukti bahwa faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Mokko *Factory* Donut di Plaza Andalas kota Padang.

*Kata Kunci : Sosial, Pribadi, Psikologis, Budaya, Keputusan Pembelian*