

## ABSTRAK

Produk baju baby sebagaimana diketahui adalah salah satu produk pakaian yang dibutuhkan sepanjang masa, yang semakin lama semakin banyak model dan ragamnya karena proses kelahiran berlangsung setiap saat. Bagi kalangan masyarakat terutama sebagai pasangan muda yang baru memiliki seorang bayi, maka produk ini merupakan salah satu kebutuhan utama. Dengan semakin produk baju bayi yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap produk baju baby untuk mengetahui pola pembeliannya. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen diantaranya adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis.

Penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BABY PADA UD. CUPID DI SURABAYA”, dengan rumusan masalah : 1. Apakah strategi diferensiasi (produk, pelayanan, personal, dan citra) Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk membeli baju baby pada U.D. Cupid ?; 2. Faktor manakah yang dominan (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) mempengaruhi pengambilan keputusan untuk membeli baju baby pada U.D. Cupid ?.

Dengan sampel sebanyak 60 responden yang diperoleh dari teknik simple random sampling. Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS 13.00, didapatkan hasil uji F;  $F = 9.279$  dengan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$  berarti bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian (budaya X1, sosial X2, pribadi X3 dan psikologi X4) berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan baju baby pada UD. Cupid, sehingga hipotesis 1) dapat di terima. Selanjutnya berdasarkan nilai t hitung (X2) sebesar (2.924) yang lebih besar dari t hitung X1 (faktor budaya), dengan demikian, maka hipotesis 2 sebagaimana yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh secara dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian baju baby pada UD. Cupid, tidak terbukti.