

## ABSTRAK

**ANDI SAKINAH GANI.105960108711.** Hubungan Faktor Sosial Dan Pribadi Dalam Pengambilan Keputusan Berdasarkan Prodak Ayam Bakar Wong Solo Makassar. Dibimbing oleh **MUH. ARIFIN FATTAH** dan **RAHMAWATI**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara faktor sosial dan faktor pribadi dengan keputusan pembelian dengan pertimbangan atribut pada produk ayam bakar wong solo.

Jenis penelitian *explanatory research* yang dilaksanakan di Rumah Makan Wong Solo Makassar selama bulan Juli sampai dengan Agustus 2015. Populasi adalah semua ibu rumah tangga yang membeli produk ayam bakar di Rumah Makan Wong Solo Makassar. Sampel diperoleh dengan *convenience sampling* sebanyak 96 orang, data analisis dengan Chi Square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, penghasilan berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut kemasan, aroma, warna bagian dalam, kepercayaan, keterkenalan merek. Kedua, pendidikan berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut bahan dan desain kemasan, rasa dan warna bagian dalam. Ketiga, umur berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut kemasan, kerenyahan, warna bagian dalam, kepercayaan, keterkenalan merek. Keempat, jumlah anggota keluarga berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian, warna bagian dalam, daya serap minyak, kemudahan, dan kepercayaan terhadap merek. Kelima, status dalam keluarga berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut, kerenyahan, kemampuan, warna bagian dalam, daya serap minyak, kemudahan, kepercayaan terhadap merek. Keenam, ketokohan dalam masyarakat, tidak memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian. Ketujuh, keaktifan dalam masyarakat berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut kemasan serta keterkenalan merek. Kedelapan kelompok acuan berhubungan signifikan dengan keputusan pembelian terhadap atribut kemasan serta keterkenalan merek.