

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian produk telkomsel.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah data yang lengkap menggunakan metode kuesioner dengan 40 responden dengan indikator yang diteliti yaitu kebudayaan, psikologis, sosial dan pribadi.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial faktor kebudayaan, psikologis, sosial dan pribadi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan dalam pembelian produk telkomsel. Sementara secara simultan terbukti signifikan berpengaruh terhadap keputusan dalam pembelian produk telkomsel. Variabel yang berpengaruh paling dominan adalah kebudayaan.

**Kata kunci : faktor sosial, faktor kebudayaan, faktor psikologis dan faktor pribadi**