**ANALISIS FAKTOR PRIBADI DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI KENES BAKERY & RESTO YOGYAKARTA**

**Er Sandy Novarian**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di Kenes Bakery & Resto Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor pribadi dalam keputusan pembelian *online* di Kenes Bakery & Resto Yogyakarta. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan *arithmetic* *mean*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* sebanyak 90 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Penelitian ini menggunakan *arithmetic mean* yang menunjukkan hasil rata-rata indikator Usia dan Tahapan Dalam Siklup Hidup sebesar 3,56, indikator Situasi Ekonomi sebesar 3,59, indikator Pekerjaan sebesar 3,36, indikator Gaya Hidup sebesar 3,37, indikator Kepribadian sebesar 3,66. Secara keseluruhan faktor pribadi dalam keputusan pembelian online di Kenes Bakery & Resto memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,51 masuk kategori setuju. Hasil penelitian ini berarti faktor pribadi membuat konsumen mengambil keputusan pembelian secara *online* di Kenes Bakery & Resto.

**Kata Kunci**: *Faktor Pribadi, Keputusan Pembelian, Online*



***PERSONAL FACTOR ANALYSIS IN ONLINE PURCHASE DECISIONS***

***AT KENES BAKERY & RESTO YOGYAKARTA***

***Er Sandy Novarian***

***Abstract***

*This research was conducted at Kenes Bakery & Resto Yogyakarta. The purpose of this study was to determine personal factors in online purchasing decisions at Kenes Bakery & Resto Yogyakarta. The data analysis method used in this research is descriptive quantitative research method using arithmetic mean. In this study, the sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method as many as 90 respondents obtained from distributing questionnaires. Data analysis techniques using research instrument tests include validity testing, reliability testing and the application of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 22. This study uses an arithmetic mean which shows the average results of the Age and Stages in Life Cycle indicators of 3.56, indicators Economic Situation of 3.59, Employment indicator of 3.36, Lifestyle indicator of 3.37, Personality indicator of 3.66. Overall personal factors in online purchasing decisions at Kenes Bakery & Resto obtained an average value of 3.51 in the agree category. The results of this study mean that personal factors make consumers make online purchasing decisions at Kenes Bakery & Resto.*

***Keywords****: Personal Factors, Purchasing Decision, Online*