

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Elzatta di Bandung. Juga untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Elzatta di Bandung.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Elzatta di Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Elzatta di Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik sampling purposive yakni sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 2 faktor yang terbentuk dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Elzatta di Bandung yaitu, Faktor Pemilihan Merek 53,142% dan Faktor Eksternal 13,733%. Sehingga, total percentage of variance dari kedua faktor tersebut sebesar 66,875%.

Kesimpulan dari penelitian ini, terdapat dua faktor yang terbentuk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Elzatta di Bandung. Dimana faktor pertama yaitu dari pilihan merek, pilihan produk, pilihan penyaluran, internal, waktu pembelian, jumlah pembelian, situasional dan faktor yang kedua yaitu faktor eksternal.

**Kata Kunci:** analisis faktor, keputusan pembelian, pilihan merek, eksternal.