# ABSTRAK

## MOTIVASI REMAJA MENGUNJUNGI KEDAI KOPI KELAS MENENGAH DI BANDAR LAMPUNG
## (Studi Pada Kedai Kopi CoffeePaste)

**Oleh**

**Zulian Yuliansyah**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi remaja mengunjungi kedai kopi kelas menengah di Bandar Lampung. Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara. Analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukan bahwa upaya yang dilakukan kedai kelas menengah untuk menarik minat konsumen adalah dengan menyediakan biji kopi dari berbagai daerah yang diseduh dengan metode penyeduhan manual. Faktor-faktor kognitif remaja untuk berkunjung antara lain rasa penasaran, pembuktian persepsi, pengelompokan, penilaian objek, pencarian informasi, kesesuaian yang didapat, serta manfaat yang diperoleh. Faktor-faktor afektif remaja untuk berkunjung antara lain pengurang ketegangan, kepuasan, keanggotaan dan pembentukan identitas. Kesimpulan penelitian bahwa adanya strategi yang dilakukan kedai kopi kelas menengah untuk menarik minat remaja berkunjung. Strategi tersebut berkaitan dengan faktor kognitif dan faktor afektif yang memengaruhi minat remaja untuk berkunjung.



Kata kunci : Kedai Kopi, Motivasi, Kognitif, Afektif

## *ABSTRACT*

### *MOTIVATION OF TEENAGERS TO VISIT MIDDLE CLASS COFFEE SHOP IN BANDAR LAMPUNG (Studies in CoffeePaste Coffee Shop)*

***By***

**Zulian Yuliansyah**

*The purpose of this study to determine the motivation of teenagers to visit the middle class coffee shop in Bandar Lampung. The research data was collected through the interview method. Analysis of data using qualitative descriptive analysis.*

*The results showed that the efforts made middle-class coffee shop to attract customers is by providing coffee beans from various regions brewed with manual brewing methods. Cognitive factors teenagers to visit are curiosity, evidence of perception, grouping, objects assessment, information retrieval, relevance obtained, and benefits. Factors affective teenagers to visit are a deduction of tension, satisfaction, membership and identification. The conclusion of research that the strategy undertaken middle-class coffee shops to attract teenagers to visit. The strategy related with cognitive and affective factors influence teenagers interest to visit.*



*Keywords: Coffee Shop, Motivation, Cognitive, Affective*