

## **ABSTRAK**

### ***WOMEN AND COFFEE: KAJIAN TENTANG PERILAKU KONSUMEN PEREMPUAN DI KEDAI KOPI KOTA BANDAR LAMPUNG***

Oleh

**WITRI AZZAHRO**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mencari tahu gambaran perilaku konsumen perempuan di kedai kopi Kota Bandar Lampung dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Menjamurnya bisnis kedai kopi yang mengakibatkan persaingan ketat pada bisnis kedai kopi, disusul dengan fenomena konsumen perempuan yang kini mendominasi pengunjung harian kedai kopi membuat peneliti beranggapan bahwa adanya perubahan perilaku pada konsumen perempuan untuk mengonsumsi kopi di kedai kopi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara (secara langsung bersama informan), observasi dan dokumentasi. Jumlah informan pada penelitian ini adalah 15 orang dan seluruhnya merupakan konsumen perempuan. Hasil penelitian ini menemukan adanya aktivitas bekerja, mengerjakan tugas, bersantai dan berkumpul bersama kerabat dekat (kongko) pada konsumen perempuan. Berbagai macam aktivitas dilakukan konsumen perempuan di kedai kopi lantaran mereka merasakan kenyamanan yang diberikan oleh kedai kopi di kota Bandar Lampung, meliputi suhu ruangan yang dingin, tempat yang bersih dan indah, serta situasi kedai kopi yang tidak terlalu bising. Berbagai macam alasan konsumen perempuan untuk melakukan aktivitas di kedai kopi dirangkum dalam dua faktor utama, yaitu: faktor psikologis (motivasi, persepsi, pengalaman, keyakinan dan sikap) dan faktor budaya (budaya dan kelas sosial). Melalui enam kategori tersebut perilaku konsumen perempuan di kedai kopi terbentuk dan seolah menjadi bagian dari keseharian mereka.

**Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Konsumen Perempuan, Faktor Psikologis, Faktor Budaya**

## **ABSTRACT**

### **WOMEN AND COFFEE: A STUDY OF WOMEN CONSUMER BEHAVIOR AT COFFEE SHOP IN BANDAR LAMPUNG CITY**

*By*

**WITRI AZZAHRO**

*This study aims to determine and find out the description of female consumer behavior in coffee shops in the city of Bandar Lampung, and the factors that influence it. The proliferation of the coffee shop business which resulted in fierce competition in the coffee shop business, followed by the phenomenon of female consumers who now dominate daily visitors to coffee shops, made researchers assume that there was a change in female consumers' behavior in consuming coffee at coffee shops. The method used in this research is descriptive qualitative. The research data were obtained through interviews (directly with the informants), observation, and documentation. The number of informants in this study was 15 people, and all of them were female consumers. The results of this study found that there were activities of working, doing assignments, relaxing, and hanging out with close relatives (hanging out) for female consumers. Various kinds of activities are carried out by female consumers at coffee shops because they feel the comfort provided by coffee shops in the city of Bandar Lampung, including a cold room temperature, a clean and beautiful place, and a coffee shop situation that is not too noisy. Various reasons for female consumers to carry out activities in coffee shops are summarized in two main factors, namely: psychological factors (motivation, perception, experience, beliefs, and attitudes) and cultural factors (culture and social class). Through these six categories, women's consumer behavior in coffee shops is formed and seems to be part of their daily life.*

***Keywords: Consumer Behavior, Female Consumers, Coffee Shops In The City Of Bandar Lampung, Psychological Factors, Cultural Factors***