

ABSTRAK

FAKTOR PERILAKU KONSUMEN PECINTA KOPI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAMPOENG KOPI RIGIS JAYA

Oleh

RACHMAWATI LOLA WIDISONO

Penelitian ini menjelaskan tentang Faktor-faktor perilaku konsumen yang menunjukkan berbagai kecenderungan dalam menikmati segelas kopi serta berbagai faktor menjadi penyebab dalam keputusan pembelian. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang diambil dengan menggunakan kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 sampel yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan metode nonprobability sampling dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Data diperoleh dari kuesioner menggunakan Method of Successive Interval (MSI). Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu software SPSS 26.0. sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak konsumen yang mengunjungi Kampong Kopi karena adanya faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologis.

Kata Kunci : Faktor-Faktor, Pecinta Kopi, kedai kopi, pengambilan keputusan

ABSTRACT

**CONSUMER BEHAVIOR FACTORS OF COFFEE LOVERS ON PURCHASE
DECISIONS IN KAMPOENG KOPI RIGIS JAYA**

BY

RACHMAWATI LOLA WIDISONO

This study describes the factors of consumer behavior that show various tendencies in enjoying a glass of coffee and various factors that cause purchasing decisions. The data in this study is primary data taken using a questionnaire. The sample in this study amounted to 100 samples taken using a purposive sampling technique. This type of research is a quantitative descriptive research. The sampling technique used purposive sampling with non-probability sampling method with a total sample of 100 respondents. Data were obtained from a questionnaire using the Method of Successive Interval (MSI). Data analysis in this study used multiple linear regression analysis with SPSS 26.0 software tools. so it can be concluded that many consumers visit Kampoeng Kopi because of cultural factors, personal factors, social factors and psychological factors.

Keywords: Factors, Coffee Lovers, coffee shops, buying decision