

Perilaku Mahasiswa Penikmat Kopi
(Study Kualitatif pada Mahasiswa Konsumen Kopi di *Coffee Shop* Kopi Break
Surabaya)

ABSTRAK

Oleh :

Sofiul Fikri Hilmy Rokhman

NIM 1561098

Dosen Pembimbing :

Ratna Dwi Jayanti, SE. MM

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena anak muda dengan *coffee shop* yang sedang melekat. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis faktor perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di *coffee shop* Kopi Break di Unesa Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang mengambil dari kasus fenomenologi yang terjadi di kalangan anak muda yakni mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dan informan dari penelitian berjumlah 5 orang dengan menggunakan purposive sampling. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa setiap informan memiliki pendapat dan dasar yang berbeda pada setiap faktor keputusan pembelian pada Kopi Break. Kesimpulannya dari penelitian ini ditemukan bahwa faktor perilaku konsumen melakukan keputusan pembelian didasari oleh faktor internal dan eksternal mempengaruhi aktivitas pembelian di Kopi Break.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, dan *Coffee shop*

Student Behavior of Coffee Connoisseurs

(Qualitative Study on Coffee Consumer Students at the Coffee Break Coffee Shop in Surabaya)

ABSTRACT

By:

Sofiul Fikri Hilmy Rokhman

NIM 1561098

Supervisor :

Ratna Dwi Jayanti, SE. MM

This research is motivated by the phenomenon of young people with an attached coffee shop. This research is intended to find out and analyze consumer behavior factors in making purchasing decisions at Kopi Break coffee shop in Unesa Surabaya. This study uses qualitative research that takes the phenomenology case that occurs among young people, namely students. This study uses triangulation methods and informants from the study amounted to 5 people using purposive sampling. From the results of the study found that each informant has a different opinion and basis on each factor of the purchase decision on Kopi Break. The conclusion from this study found that the factors of consumer behavior making purchasing decisions are based on internal and external factors influencing the buying activity at Kopi Break.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions, and Coffee Shop