

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI *COFFEE CULTURE*

Syavira Chumairo'ul Izzah

1661228

ABSTRAK

Salah satu kedai *coffee* di Jombang yang sangat ramai adalah kedai *Coffee Culture*. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada kedai *Coffee Culture* di Jombang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksploratif, objek dari penelitian ini adalah konsumen kedai *Coffee Culture* di Jombang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dengan meringkas beberapa faktor sehingga terbentuk faktor baru.

Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya faktor baru yang merupakan preferensi konsumen dalam memilih kedai *Coffee Culture*, yaitu faktor fasilitas, faktor kualitas produk, faktor layanan dan faktor gaya hidup. Faktor fasilitas terdiri dari *wifi* yang lancar, keahlian barista dalam menggambar diatas minuman kopi dan non kopi, *event* dan hiburan menarik dan lokasi yang strategis. Faktor kualitas produk terdiri dari varian menu, variasiharga, rasa, pramuniaga yang ramah, dan desain kafe *tropical*. Faktor layanan terdiri dari kebersihan, kecepatan dalam pengantaran pesanan, dan waitress yang selalu ingat pesanan. Faktor gaya hidup terdiri dari penggunaan sedotan *bamboo* dan *stainless* untuk mengurangi penyebaran sedotan plastic.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Kedai *Coffee Culture*

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF PURCHASE OF CULTURE COFFEE CULTURE

Syavira Chumairo'ul Izzah

1661228

ABSTRACT

One of the coffee shops in Jombang that is very busy is the Coffee Culture shop. The purpose of this study was to determine what factors influence consumers in making purchases at the Coffee Culture shop in Jombang. This type of research is a quantitative study with an exploratory approach, the object of this research is the consumers of the Coffee Culture shop in Jombang. The data analysis technique used is factor analysis by summarizing several factors to form new factors.

The result of this research is the formation of new factors which are consumer preferences in choosing a Coffee Culture shop, namely facilities, product quality, service and lifestyle factors. Facility factors consist of smooth wifi, barista expertise in drawing on coffee and non-coffee drinks, interesting events and entertainment and strategic location. Product quality factors consist of menu variants, price variations, flavors, friendly staff, and tropical cafe designs. Service factors consist of cleanliness, speed in delivery of orders, and waitresses who always remember orders. Lifestyle factors consist of using bamboo and stainless straws to reduce the spread of plastic straws.

Keywords: Factor Analysis, Purchase Decision, Kedai Coffee Culture