

ABSTRAK

SANTIKA. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Kedai Xyz di Kota Jambi. Dibimbing oleh **Dr. Ir. Saidin Nainggolan, M.Si** selaku Dosen Pembimbing I dan **Dr. Ir. Yanuar Fitri, M.Si** selaku Dosen Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan : 1) Untuk mendeskripsikan gambaran umum konsumen pada Kedai Xyz di Kota Jambi. 2) Untuk menganalisis faktor psikologis, situasional, dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi pada Kedai Xyz di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner pada 110 konsumen pada Kedai XYZ di Kota Jambi. Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis logistik biner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran Umum Mengenai Pembelian Minuman Kopi Kedai Xyz di Kota Jambi adalah laki-laki sebanyak 86 orang dengan persentase 78% dikarenakan kepribadian laki-laki lebih cenderung memiliki hobi dan kebiasaan minum kopi. Untuk usia 20 tahun – 24 tahun lebih mendominasi dikarenakan pada usia tersebut masih tergolong muda dan lebih fokus merencanakan aktivitas dan usaha yang akan dilakukan bersama teman-teman minum kopi dan mayoritas responden yang minum kopi adalah konsumen yang baru saja selesai Perguruan Tinggi mencapai 81%. Faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi dapat didukung atau diterima. Hal ini ditunjukkan pada tabel 22 dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($38.321 > 2.69$) dengan tingkat signifikansi ($0.000 < 0.05$). Sehingga berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi. Hal ini dikarenakan konsumen tertarik melihat warna/ tampilan produk kopi yang disajikan dan harga kopi sesuai dengan kemampuan, ditambah lagi kopi yang digunakan sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan.

Kata Kunci : Faktor-faktor, Keputusan, Pembelian Minuman Kopi.