

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN  
KOPI PADA V-COFFEE DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**FATMA NOFRIYETTI**

**1410221008**

PEMBIMBING I: Yuerlita, S.Si, M.Si, Ph.D

PEMBIMBING II : Rika Hariance, S.P, M.Si



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2021**

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN  
KOPI PADA V-COFFEE DI KOTA PADANG**

**OLEH**



**FATMA NOFRIYETTI  
1410221008**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2021**

# KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN KOPI PADA V-COFFEE DI KOTA PADANG

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di V-Coffee di Kota Padang. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian minuman kopi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih V-Coffee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu studi kasus. Responden penelitian adalah sebanyak 30 orang. Pemilihan responden dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*, dengan kriteria pengunjung berusia 17 tahun atau lebih dan pernah melakukan pembelian di V-Coffee minimal dua kali. Semua responden yang berjumlah 30 orang di V-Coffee ini diwawancarai menggunakan kuisioner untuk mendapatkan skor dan dapat mendeskripsikan skor tertinggi dalam keputusan konsumen membeli minuman kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pribadi adalah faktor yang dominan dalam menentukan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi, dengan pernyataan yang memiliki tiga nilai tertinggi yaitu kepribadian, usia, dan pekerjaan responden dalam mengambil keputusan pembelian minuman kopi. Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli minuman kopi diurutkan dari yang paling berpengaruh adalah faktor pribadi, faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor budaya.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Coffee Shop*

# CONSUMER DECISIONS IN PURCHASE OF COFFEE DRINK AT V-COFFEE IN PADANG CITY

## ABSTRACT

This research was conducted at V-Coffee in Padang City. The purpose of this study is to describe consumer decisions in purchasing coffee drinks and identify factors that influence consumer decisions in choosing V-Coffee. This research uses a descriptive method, namely a case study. The research respondents were 30 people. Respondents were selected by purposive sampling, with the criteria that visitors are 17 years old or older and have made purchase at V-Coffee at least twice. All 30 respondents at V-Coffee were interviewed using a questionnaire to get a score and can describe the highest score in consumer decisions to buy coffee drinks. The results showed that personal factors are the dominant factors in determining consumer decisions in buying coffee drinks, with statements that have the three highest value, namely personality, age, and the respondent's occupation in making coffee drink purchasing decisions. Factors that influence consumers to buy coffee drinks are sorted from the most influential are personal factors, social factors. Psychological factors, and cultural factors.

Keywords: *Purchase Decision, Coffee Shop*