

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA COFFEEESHOP HAI COFFEE
DI KOTA PADANG PANJANG**

SKRIPSI

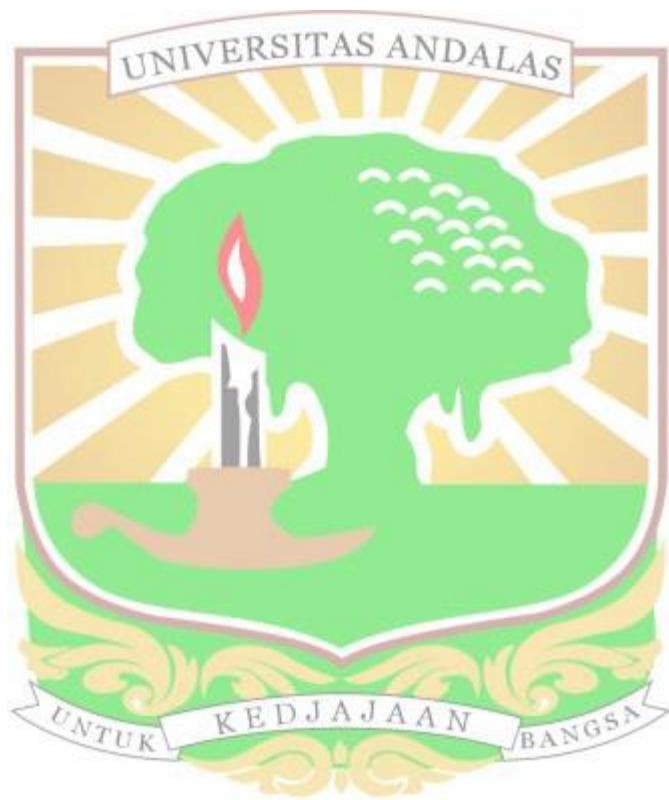


**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA COFFEEESHOP HAI COFFEE
DI KOTA PADANG PANJANG**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

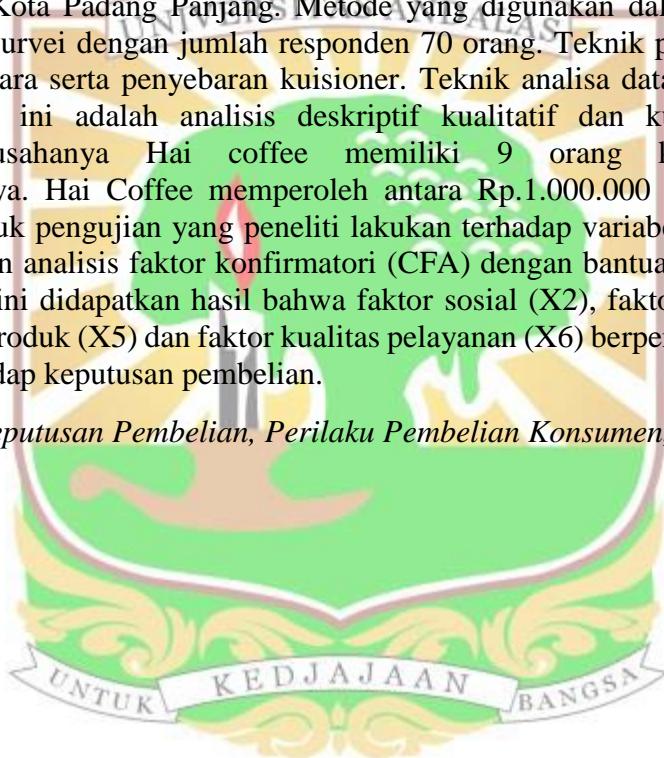


FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA COFFEEESHOP HAI COFFEE DI KOTA PADANG PANJANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil usaha dan pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kualitas produk dan faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada coffeeshop Hai Coffee di Kota Padang Panjang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan jumlah responden 70 orang. Teknik pengumpulan data dengan wawancara serta penyebaran kuisioner. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dalam menjalankan usahanya Hai coffee memiliki 9 orang karyawan untuk pengoperasiannya. Hai Coffee memperoleh antara Rp.1.000.000 s/d Rp.3.000.000 perharinya. Untuk pengujian yang peneliti lakukan terhadap variabel pada penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan bantuan Smart PLS 3.0. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa faktor sosial (X2), faktor psikologi (X4), faktor kualitas produk (X5) dan faktor kualitas pelayanan (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Keputusan Pembelian, Perilaku Pembelian Konsumen, CFA*



FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT HAI COFFEE COFFEE SHOP IN PADANG PANJANG

ABSTRACT

This study aims to describe the business profile and analyse factors affecting consumer purchasing decisions at Hai Coffee coffeeshop in Padang Panjang. A survey method was used involving 70 respondents. Data collection was conducted using questionnaires. Descriptive qualitative and quantitative technique were employed in data analysis. Confirmatory factor analysis (CFA) using Smart PLS 3.0 was used to identify factors affecting consumer purchasing decisions. In running its business, Hai coffee has 9 employees for its operation. Hai Coffee earns between IDR 1,000,000 to IDR 3,000,000 per day. This study found that social factors (X2), psychological factors (X4), product quality factors (X5) and service quality factors (X6) had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decision, Consumer Purchase Behavior, CFA

