

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN MINUMAN *CHOCOLATE CHANGER* DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN MINUMAN *CHOCOLATE CHANGER* DI KOTA
PADANG**

OLEH

HAFRINA MAULIDI

1410221015

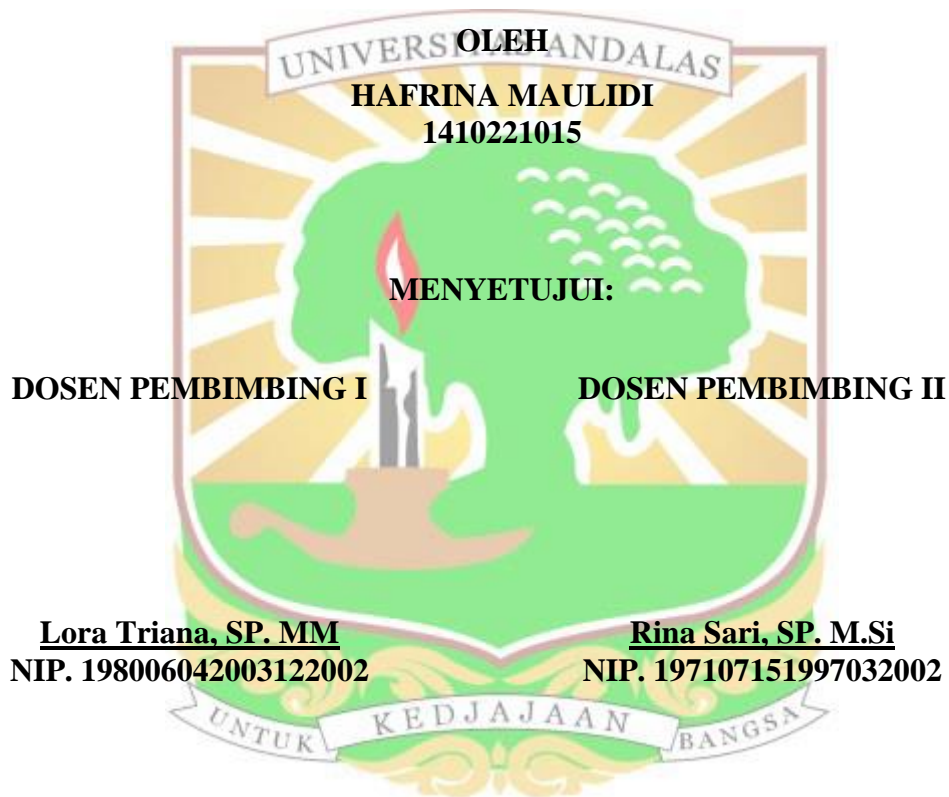


**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN MINUMAN *CHOCOLATE CHANGER* DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI



**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas**

**Ketua Jurusan Sosial Ekonomi
Fakultas Pertanian
Universitas Andalas**

Dr. Ir. Munzir Busniah, M.Si
NIP. 196406081989031001

Mahdi, SP. M.Si. Ph. D
NIP. 197104102000031002

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN CHOCOLATE CHANGER DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen minuman *Chocolate Changer* di Kota Padang dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian minuman coklat di *Chocolate Changer* Kota Padang. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Maret-April 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, mayoritas responden minuman *Chocolate Changer* adalah perempuan, berumur 19-24 tahun, pekerjaan pelajar/mahasiswa, pendapatan per bulan <Rp. 1. 500.000 dan jarak ke tempat pembelian ≤ 1 km. Berdasarkan model penelitian yang dilakukan didapatkan nilai *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,372. Nilai dari uji F didapatkan sebesar 6,657 artinya faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Sedangkan hasil uji t hanya faktor psikologi dengan nilai sebesar 4,059 yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen terhadap minuman *Chocolate Changer*. Saran yang dapat diberikan adalah dengan adanya motivasi dan persepsi yang baik dari konsumen terhadap minuman coklat diharapkan pemilik dalam pengolahan minuman coklat mempertahankan kualitas bahan baku karena akan mempengaruhi rasa sehingga konsumen terus memiliki keinginan untuk mengkonsumsi *Chocolate Changer* dan bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian lanjutan disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, proses keputusan pembelian.*

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMERS DECISION IN PURCHASING OF CHOCOLATE CHANGER DRINK IN PADANG

ABSTRACT

The aims of this research are to describe the characteristics of Chocolate Changer drinks consumers in Padang and to analyze the factors affecting consumers' decision in purchasing Chocolate drinks at Chocolate Changer in Padang. This research was conducted from March until April 2018. The method used in this research is survey method. Meanwhile the respondents are the consumers of Chocolate Changer, which was selected through accidental sampling as many as 50 consumers. The finding shows that most of Chocolate Changer drink respondents are women with age ranging of 19 to 24 years old, student, monthly income is <Rp. 1. 500,000 and the distance to the outlets is ≤ 1 km. Moreover, the coefficient of determination (R^2) obtained from the formulated model is 0.372. Furthermore, statistical tests used to identify factors significantly affecting the consumer's decision in purchasing the drink are F_{test} and t_{test} . The test finds that the F_{valua} of the model is 6.657, which means that cultural, social, personal and psychological factors simultaneously affect the consumer purchasing decision process. Furthermore, t_{test} indicates that partially only psychological factor had a significant effect on consumer's decision with a value of 4.059. Based on findings, it is suggested to the owner of Chocolate Changer to maintain the quality of raw materials in an effort to maintain the quality of the drink's taste so that consumers do not switch to other brands. Additionally, for those who are interested in conducting further research it is recommended to use other variables other than the variables that have been used in this research.

Keywords: *cultural factors, social factors, individual factors, psychological factors, the process of purchasing decisions*

