

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

SKRIPSI

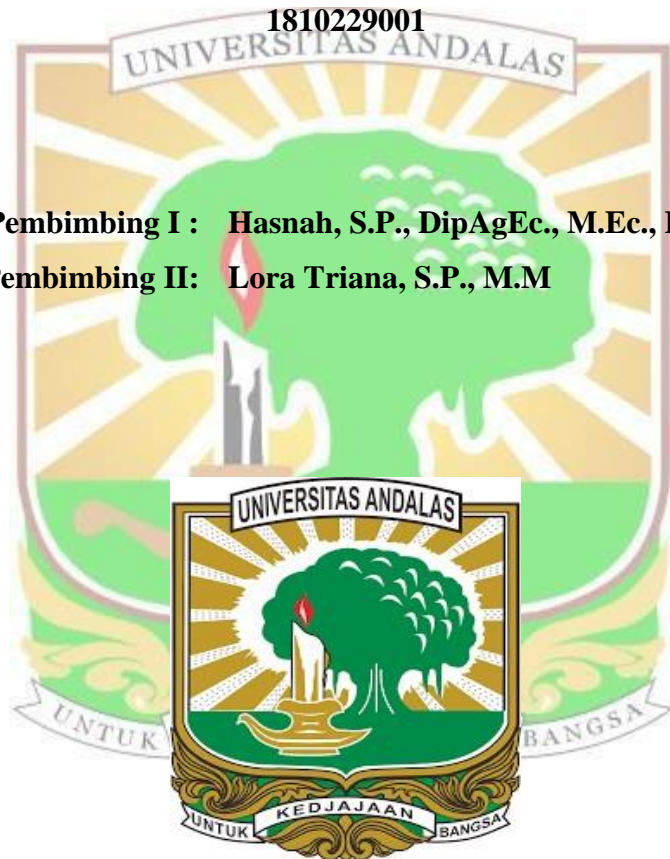
Oleh:

Rine Kristianty Simanjuntak

1810229001

Pembimbing I : Hasnah, S.P., DipAgEc., M.Ec., Ph.D

Pembimbing II: Lora Triana, S.P., M.M



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN ES PALA DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen dan pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi, terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada minuman Es Pala di Kota Padang. Dalam menjalankan usahanya, usaha minuman Es Pala memiliki satu orang karyawan untuk pengoperasiannya. Usaha minuman Es Pala memperoleh pendapatan usahanya antara Rp.2.000.000 s/d Rp.3.000.000 perbulannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan jumlah responden 50 orang. Teknik pengumpulan data dengan wawancara serta penyebaran kuisioner. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Variabel yang dianalisis pada penelitian ini adalah faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologi (X4) pada proses keputusan pembelian (Y). Data pada penelitian dianalisis menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan bantuan Smart PLS 3.0. Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologi (X4) pada proses keputusan pembelian (Y). Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa faktor psikologi (X4) berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman Es Pala. Sedangkan untuk faktor budaya (X1), faktor sosial (X2) dan faktor pribadi (X3) tidak berpengaruh signifikan pada proses keputusan pembelian minuman Es Pala.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Perilaku Pembelian, CFA*

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE CONSUMER DECISION-MAKING PROCESS IN PURCHASING ICE PALA DRINK IN PADANG CITY

ABSTRACT

This research aims to describe the characteristics of Es Pala's consumers and analyze the influence of cultural, social, personal, and psychological factors on the consumer purchasing decision process for Es Pala drinks in Padang City. In running its business, the Es Pala beverage business has one employee. The Es Pala drink business earned approximately Rp 2,000,000 up to Rp 3,000,000 of income monthly. The method used in this research was a survey with 50 respondents. The data collection techniques use interviews and distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is qualitative and quantitative descriptive analysis. The independent variables analyzed in this research are cultural factors (X1), social factors (X2), personal factors (X3), and psychological factors (X4), while the dependent variable is the purchasing decision process (Y). The data in the study were analyzed using confirmatory factor analysis (CFA), and the data was run with Smart PLS 3.0. Testing was carried out to see the influence of cultural factors (X1), social factors (X2), personal factors (X3) and psychological factors (X4) on the purchasing decision process (Y). The research found that psychological factors (X4) significantly influence the decision-making process for purchasing Es Pala drinks. Meanwhile, cultural factors (X1), social factors (X2), and personal factors (X3) do not have a significant influence on the decision process to purchase Es Pala drinks.

Keywords: Purchase Decision, Purchase Behavior, CFA

