

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BUNGA TELANG DI
KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh

**ANISA PUTRI TAMARA
NIM. 2010221023**

Pembimbing 1 : Hasnah, SP., MEc., Ph.D

Pembimbing 2 : Cindy Paloma S.P., M.Si



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2024

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BUNGA TELANG DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen dan pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada minuman bunga telang di Kota Padang. Penelitian ini mengambil empat usaha minuman yang ada di Kota Padang yaitu Kausa Coffee, D'sruput cabang pasar baru, Salejourn, dan Dapoer Sanaya. Penelitian ini dilakukan pada 21 Februari – 21 Maret 2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Responden dalam penelitian ini berjumlah 70 responden, menggunakan metode *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode analisis SEM (Structural Equation Model) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik konsumen didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan, sebagian besar responden berusia 19-24 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir SMA. Mayoritas pekerjaan responden adalah Pelajar/Mahasiswa dan memiliki pendapatan atau uang saku perbulan antara Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000. (2) Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman bunga telang di Kota Padang adalah faktor pribadi dan faktor psikologi, sedangkan faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman bunga telang.

Kata Kunci: Bunga telang, Keputusan pembelian, Perilaku konsumen, SEM
PLS

**ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE CONSUMER'S
DECISION TO PURCHASE BUTTERFLY PEA FLOWER DRINK
IN PADANG CITY**

Abstract

This research aims to describe consumer characteristics and the influence of cultural, social, personal, psychological, product, and service quality factors on the consumer purchasing decision process for butterfly pea flower drinks in Padang City. This research took four beverage businesses in Padang City: Kausa Coffee, D'sruput Pasar Baru branch, Salejourn, and Dapoer Sanaya. This research was conducted on 21 February – 21 March 2024. The data used in this research were primary data and secondary data. The survey method was used in this research. There were 70 respondents in this study, using the accidental sampling method. Data analysis was carried out using the SEM (Structural Equation Model) analysis method using the SmartPLS 3.0 application. The research results show that female respondents dominate consumer characteristics, and most respondents are aged 19-24 and have a high school education level. The majority of respondents' occupations are students and have a monthly income or pocket money of between Rp. 1,500,000 – Rp. 2,500,000. However, factors that have a significant influence on the decision to purchase butterfly pea flower drinks in Padang City are personal factors and psychological factors. Meanwhile, cultural, social, product and service quality factors do not significantly affect the decision-making process for purchasing butterfly pea flower drinks.

Keywords: *Butterfly pea flowers, Consumer behavior, Purchasing decision, SEM PLS*