

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* BACARITO KOPI DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI

**OLEH
RIVANDO WADUDU
1610221001**

Pembimbing 1 : Cipta Budiman, S.Si.,M.M.

Pembimbing 2 : Rusdja Rustam, Drs. MAg. Dr.



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *COFFEE SHOP* BACARITO KOPI DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen pada *coffee shop* Bacarito Kopi di Kota Padang dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *coffee shop* Bacarito Kopi di Kota Padang. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Data diperoleh dari panduan wawancara dan kuesioner dengan skala Guttman. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, mayoritas responden Bacarito Kopi adalah perempuan, berumur 19-24 tahun, pekerjaan pelajar/mahasiswa, pendapatan perbulan <Rp. 1. 500.000 dan jarak ke tempat pembelian >3 km. Berdasarkan model penelitian yang dilakukan menggunakan uji *chi-square* menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Bacarito Kopi adalah faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen, Bacarito Kopi*

FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE DECISION IN THE BACARITO COFFEE SHOP IN THE CITY OF PADANG

ABSTRACT

This study aims to describe the characteristics of consumers in the Bacarito coffee shop in the City of Padang and analyze the factors that influence consumer purchasing decisions at the Bacarito coffee shop.. This research was conducted during July-August 2020. The method used in this study was a survey method. Consumers who become respondents are determined by accidental sampling with the total number of 50 respondents. The Data were obtained from interview guides and questionnaires using the Guttman scale. The results show that the majority of Bacarito Coffee Shop respondents are women with the age between 19-24 years old, mostly students with monthly income <Rp. 1. 500,000 and the distance from their resident to the coffee shop is more than 3 km. Based on the chi-square analysis it depicts that the factors affecting consumer purchasing decisions in Bacarito Coffee Shop are social factors, personal factors and psychological factors.

Keywords: *Consumer Behavior, Coffee Bacarito*

