

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen membeli Kopi Kapal Api dan untuk mengetahui kombinasi variabel-variabel baru dari faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen membeli Kopi Kapal Api di Surabaya. Sampel penelitian adalah 100 pembeli Kopi Kapal Api di Surabaya. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan alat bantu analisis faktor ditemukan 4 faktor baru yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Kopi Kapal Api, yaitu faktor 1 dinamakan faktor gaya hidup, faktor 2 dinamakan faktor varian, faktor 3 dinamakan faktor kebiasaan, dan faktor 4 dinamakan citra merk. Keempat faktor baru tersebut mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli Kopi Kapal Api Surabaya secara keseluruhan. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen adalah faktor gaya hidup.

Kata kunci: analisis faktor, keputusan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence consumers' decision to buy Kopi Kapal Api and to know the combination of new variables of factors influencing consumer decision to buy Coffee Ship in Surabaya. The sample of research is 100 buyers of Coffee Ship in Surabaya. Datanalysis technique using factor analysis. Based on result of research by using factor analysis tool found 4 new factor influencing consumer decision to buy Coffee Ship Fire, that is factor 1 called lifestyle factor, factor 2 called factor of variance, factor 3 called habit factor, and factor 4 named brand image. The four new factors are able to explain the factors that influence consumers' decision to buy Kopi Kapal Api Surabaya as a whole. While the factors that influence the dominant of consumer decisions is a lifestyle factor.

Keywords: factor analysis, consumer decision