

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SUSU ALMOND DI RALALII FOOD YOGYAKARTA**

Oleh: Aurora Yupita Achmada  
Dibimbing oleh : Nanik Dara Senjawati dan Antik Suprihanti

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor motivasi, kelas sosial, kelompok referensi, gaya hidup, dan persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk susu almond di Ralalii Food. Metode penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode penentuan responden menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan pendekatan *insidental sampling*. Total responden sebanyak 100 konsumen yang dibagi menjadi 50 orang melakukan pembelian dan 50 orang tidak melakukan pembelian pada produk susu almond Ralalii. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi serta alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor gaya hidup dan persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk susu almond di Ralalii

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Konsumen, Susu Almond

***ANALYSIS OF CONSUMER'S PURCHASING DECISION OF ALMOND MILK IN RALALII FOOD YOGYAKARTA***

*By : Aurora Yupita Achmada*  
*Supervised by : Nanik Dara Senjawati dan Antik Suprihanti*

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of motivation, social strata, reference groups, lifestyle, and perceptions of consumers on purchasing decision of almond milk products at Ralalii Food. The research method used a descriptive analysis method with a case study approach. The method of determining respondents used a non-probability sampling method with incidental sampling approach. Total respondents 100 consumers which divided 50 consumers who purchased and 50 consumers who didn't purchase Ralalii almond milk. The data used primary data and secondary data. Methods of data collection consist of observation, interviews, and documentation with questionnaires. This study used logistic regression analysis and descriptive analysis. The results showed that lifestyle and consumer perceptions influenced consumers's purchasing decisions for almond milk products in Ralalii.*

***Keywords:*** *Almond Milk, Consumer, Purchase Decisions*