

ABSTRAKSI

Barnabas Dewantara Catur Saputro, Nomor Pokoh Mahasiswa 152120019, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Warung Dongeng Kopi Jogja) 2016. Dosen pembimbing I Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si. dan dosen pembimbing II Dr. Lukmono Hadi, MS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk Dongeng Kopi Jogja. Jenis penelitian *exploratory* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *systematic random sampling* dengan ukuran sampel 68 responden melalui penyebaran di warung Dongeng Kopi Jogja.

Pengambilan variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 teknik. Teknik pertama adalah memecah faktor yang terdapat pada teori. Teknik kedua adalah mengambil variabel dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Teknik ketiga adalah wawancara dengan 10 orang konsumen Dongeng Kopi Jogja pada tanggal 13 April 2016.

Hasil dari analisis faktor menunjukkan bahwa dari 20 variabel yang terekstraksi menjadi 6 faktor baru, dan diberi nama baru (1) Faktor Psikologi Konsumen dengan *eigenvalue* 5,465, terdiri dari beberapa variabel yaitu; keyakinan dan sikap, pengetahuan dan proses belajar, keunggulan, persepsi, higienis, dan citra merek. (2) Faktor Lingkungan dengan *eigenvalue* 2,818, terdiri dari beberapa variabel yaitu; kelas sosial, peran dan status, dan keluarga. (3) Faktor Pelayanan dengan *eigenvalue* 1,653, terdiri dari beberapa variabel yaitu; keragaman alat, metode penyajian kopi, dan kualitas pelayanan. (4) Faktor Pemasaran dengan *eigenvalue* 1,492, terdiri dari beberapa variabel yaitu; kesesuaian harga, dan kualitas produk. (5) Faktor Pribadi dengan *eigenvalue* 1,390, terdiri dari beberapa variabel yaitu; pekerjaan dan umur, suasana nyaman, dan tahap daur hidup konsumen. (6) Faktor Perbedaan Individu dengan *eigenvalue* 1,137, terdiri dari beberapa variabel yaitu; kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, dan kelompok.

Saran dari penelitian ini adalah terdapat 6 faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Dongeng Kopi Jogja, maka perusahaan sebaiknya perlu memerhatikan faktor-faktor tersebut guna merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk penelitian berikutnya, sebaiknya mencari lagi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dengan variabel yang lebih banyak, populasi yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar lagi sehingga dapat memperbarui teori-teori perilaku konsumen yang sudah lama dengan menyesuaikan perkembangan perilaku konsumen saat ini.

Kata kunci: Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Dongeng Kopi Jogja.