

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the influence of personal factors, social factors and cultural factors on coffee purchasing decisions at Djagongan Coffee Surabaya. In this study, the sample used was 96 customers at Djagongan Coffee Surabaya. In this study, the data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, t test, and f test. In the study, the results obtained, personal factors, social factors and cultural factors partially influence the decision to buy coffee at Djagongan Coffee Surabaya, using the t-test with a significant value of <0.05 . Personal factors, social factors and cultural factors simultaneously influence coffee purchasing decisions at Djagongan Coffee Surabaya, using the F test with a significant value <0.05 . With these results it states that hypothesis testing can be accepted and verified. The purchase decision is an important thing, therefore the Djagongan Coffee party needs to pay attention to customer purchasing decisions through personal factors, social factors and cultural factors for each customer in order to increase coffee sales.

Keywords: *personal factors, social factors, cultural factors, purchasing decisions.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui pengaruh faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya terhadap keputusan pembelian kopi di Kopi Djagongan Surabaya. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah pelanggan di Kopi Djagongan Surabaya sebanyak 96 pelanggan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Pada penelitian diperoleh hasil, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di Kopi Djagongan Surabaya, menggunakan uji-t dengan nilai signifikan sebesar $<0,05$. Faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi di Kopi Djagongan Surabaya, menggunakan uji F dengan nilai signifikan $<0,05$. Dengan hasil tersebut menyatakan bahwa pengujian hipotesis dapat diterima dan dibuktikan kebenarannya. Keputusan pembelian merupakan hal yang penting maka dari itu pihak Kopi Djagongan perlu memperhatikan keputusan pembelian pelanggan melalui faktor pribadi, faktor sosial serta faktor budaya pada setiap pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan kopi.

Kata kunci: faktor pribadi, faktor sosial, faktor budaya, keputusan pembelian.