

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MINUMAN *KOMBUCHA* OLEH KONSUMEN
GANDHOK COFFEE, YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Kombucha atau teh fermentasi telah menjadi produk minuman olahan teh yang cukup diketahui oleh banyak orang saat ini. *Kombucha* sendiri memiliki khasiat tersendiri sebagai minuman probiotik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen *kombucha*, mengidentifikasi proses keputusan pembelian *kombucha*, dan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk *kombucha*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan sampling dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan yaitu analisis dilakukan dengan Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) untuk mengetahui hubungan antara faktor perilaku konsumen terkait dengan keputusan pembelian konsumen. Faktor perilaku konsumen yang dimaksud adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Berdasarkan uji *path coefficient* dan *t-statistics* yang telah dilakukan, didapatkan bahwa faktor psikologis merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman *kombucha* Gandhok Coffee oleh konsumen Gandhok Coffee dengan pernyataan kode PSI3 paling berpengaruh signifikan terhadap keseluruhan kuesioner.

Kata kunci: *Kombucha*, perilaku konsumen, keputusan pembelian

ANALYZING FACTOR THAT AFFECTS CONSUMER BUYING DECISIONS TOWARDS KOMBUCHA DRINKS BY GANDHOK COFFEE, YOGYAKARTA

ABSTRACT

Kombucha or fermented tea has been a well-known tea-based drinks upon people now. Kombucha itself has some health benefits as a probiotics drink. This research has goals to understand kombucha consumer behaviour, identifying buying decisions on kombucha, dan knowing factors that affect consumer buying decisions. This research is using questionnaire as a research instrument and purposive sampling technique for sampling method. Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) is used as research method. This method defying the correlation between consumer behaviour and consumer buying decisions. Consumer behaviour in this research represented by social factors, cultural factors, individual factors, and psychological factors. According to path coefficients and t-statistics test that had been run, the results showed that psychological factors is the most affectious among other factors for consumer buying decisions on kombucha drinks by Gandhok Coffee. The most indicator from the psychological factors that brought impact is PSI3 statement.

Keywords: Kombucha, consumer behaviour, buying decisions