

ABSTRACT

This study aims to determine how consumer behavior in purchasing menus at Cak Cuk. This type of research is a qualitative study using descriptive methods. The technique in determining informants is purposive sampling technique, with the criteria being informants aged 20 – 29 years, the number of informants as many as 10 people. Data collection techniques were interviews, observation and documentation. Data analysis technique through four stages namely, data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The result showed that : Consumers behavior in buying menus at the Cak Cuk Café in terms of personal factors is influenced by ones age, personality, and lifestyle. Where age affects consumer behavior in food purchasing decisions because a person is getting older, also different levels of taste, such as food taste, food serving, food quality. The second factor affecting is personality is a person's inherited trait that lasts for a long time and also one's social environment. The third factor that influences is lifestyle, lifestyle is a person's behavior which is shown in their activities, interests and opinions, so they buy food only for friends to chat with friends or relatives.

Keyword : Consumer Behavior, Food purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : Mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian menu di Café Cak Cuk. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik dalam menentukan informan adalah teknik *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu informan yang berusia 20 – 29 tahun, jumlah informan sebanyak 10 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Perilaku konsumen dalam membeli menu di Café Cak Cuk di tinjau dari faktor pribadi adalah dipengaruhi oleh usia, kepribadian, dan gaya hidup seseorang. Dimana usia mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian makanan dikarenakan seseorang semakin bertambah usia, juga semakin berbeda pula tingkat selera, seperti rasa makanan, penyajian makanan, kualitas makanan. Faktor kedua yang mempengaruhi adalah kepribadian, kepribadian seseorang mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusan pembelian makanan dikarenakan kepribadian merupakan ciri bawaan seseorang yang bertahan lama hingga saat ini dan juga lingkungan sosial seseorang. Faktor ketiga yang mempengaruhi adalah gaya hidup, gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang di tunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini. sehingga mereka membeli makanan hanya untuk teman mengobrol dengan teman atau kerabat.

Kata kunci : Perilaku konsumen, Keputusan Pembelian makanan