

ABSTRAK

Industri kopi merupakan salah satu peluang bisnis saat ini. Produksi kopi di Kabupaten Kuningan terus meningkat tidak hanya menjadi incaran para kedai kopi, tapi kini ke pasar ekspor untuk memperluas pemasaran produknya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lembayung *Coffee*, serta mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lembayung *Coffee*.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Dimana metode kuantitatif merupakan metode yang dapat diukur dan dinilai secara objektif, yang mana penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan melalui penyebaran kuisioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil analisis faktor melalui KMO dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) kemudian dilanjut dengan menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA) bahwa terdapat 6 faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lembayung *Coffee* diantaranya, kebiasaan keluarga dengan nilai *factor loading* sebesar 69,0%, kemudian keterjangkauan dengan nilai *factor loading* sebesar 73,4%, kemudian harga dengan nilai *factor loading* sebesar 72,3%, kemudian pendapatan dengan nilai *factor loading* sebesar 72,5%, kemudian cita rasa dengan nilai *factor loading* sebesar 70,6, dan yang terakhir review dengan nilai *factor loading* sebesar 70,6%.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Pembelian Konsumen