ARTIKEL

KAJIAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN CAFE DI CAFE CHOCOLATA BANJARAN KEDIRI

Oleh:

ANDRE SEPTAYOGA

14.1.02.02.0355

Dibimbing oleh :

1. **Ismayantika Dyah Puspasari, S.E., M.BA.**
2. **Diah Ayu Sepi Fauji, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Andre septayoga
NPM	: 14.1.02.02.0355
Telepun/HP	: 085965920143
Alamat Surel (Email)	: andreseptayoga31@gmail.com
Judul Artikel	: KAJIAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN CAFE DI CAFE CHOCOLATA BANJARAN KEDIRI
Fakultas – Program Studi	: FE - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Achmad Dahlan No.

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,		Kediri, 10-08-2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Ismayantika Dyah Puspasari, S.E.,M.BA	Diah Ayu SeptiFauji,M.M.	Andre septayoga
NIDN: 0706108902	NIDN: 0711098703	NPM: 14.1.02.02.0355

KAJIAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN CAFE DI CAFE CHOCOLATA BANJARAN KEDIRI

ANDRE SEPTAYOGA
14.1.02.02.0355
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
e-mail: andreseptayoga31@gmail.com
Ismayantika Dyah Puspasari, S.E., M.BA. dan Diah Ayu Sepi Fauji, M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

This research is motivated by the trend among young people who tend to choose a cafe as a place to gather and hang out with peers. Slowly the culture of hanging out at the cafe becomes a lifestyle. With the existence of the cafe owner competing to innovate in various things in order to attract consumers to come and make purchasing decisions.

The purpose of this study are (1) Knowing how the behavior of consumers who visit the Chocolata Cafe? (2) Knowing what factors affect consumers in choosing a cafe?

This research is a type of qualitative research on consumer behavior in the selection of cafes. This study uses methods of observation, interviews, documentation. While the data analysis technique uses qualitative descriptive techniques.

The conclusion of this study is (1) From the results of the study found the results that the behavior of consumers who come to Cafe Chocolata is based on motivation or reason to hang out with friends, look for photo spots and want to enjoy the food menu served at the cafe. (2) The results of further research found the results that consumers visited Cafe Chocolata influenced by location factors, product factors and external factors. The location factor to be considered is because of its strategic location close to highways, kostan, offices and schools. Product factors include food and beverage menu served with good quality at an affordable price plus a large and varied menu. And the external factor that is enforced here is a community event event twice a week

.

Keywords: Consumer Behavior, Perception, Motivation, Purchase Decision

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tren dikalangan anak muda yang cenderung memilih cafe sebagai tempat berkumpul dan nongkrong bersama teman-teman sebaya. Perlahan budaya nongkrong di cafe menjadi gaya hidup. Dengan adanya hal tersebut pemilik cafe berlomba-lomba untuk berinovasi dalam berbagai hal demi menarik konsumen untuk datang dan melakukan keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Mengetahui bagaimana perilaku konsumen yang berkunjung di Chocolata Cafe? (2) Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih cafe?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif pada perilaku konsumen dalam pemilihan cafe.Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Dari hasil penelitian ditemukan hasil bahwa perilaku konsumen yang datang ke Cafe Chocolata didasarkan motivasi atau alasan untuk nongkrong bersama teman, mencari spot foto dan ingin menikmati menu makanan yang disajikan di cafe tersebut. (2) Hasil penelitian selanjutnya ditemukan hasil bahwa konsumen berkunjung ke Cafe Chocolata dipengaruhi oleh faktor lokasi, faktor produk dan faktor eksternal. Faktor lokasi yang dipertimbangkan adalah karena lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya, kostan, kantor dan sekolah. Faktor produk meliputi menu makanan dan minuman yang disajikan memiliki kualitas yang enak dengan harga yang terjangkau ditambah dengan menu yang banyak dan variatif. Dan faktor eksternal yang dimaksut disini adalah adanya event acara komunitas dua kali seminggu.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen, Persepsi, Motivasi, Keputusan Pembelian.*

I.PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini Cafe menjadi alternatif tempat berkumpul remaja dan profesional usia produktif. Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Kafe Restoran Indonesia (Apkrindo) tahun 2012 jumlah cafe dan restoran khususnya di Surabaya tumbuh pesat sebesar 15-20%, dan di prediksi terus meningkat. Termasuk beberapa cafe-cafe di kota besar seperti, Bandung, Makassar, Yogyakarta dan Denpasar. Semua ini menandakan bahwa bisnis ini cukup memiliki prospek yang cukup baik (Putra, 2017; 29-35).

Perlahan namun pasti, acara ngopi di cafe menjadi bagian dari gaya hidup. Sekarang jenis kopi pun menjadi lebih variasi mulai dari rasa, campuran dan dari segi estetika minuman ini, berhubungan dengan varian rasa ada beberapa campuran yang sudah terkenal mulai campuran dari kopi dengan coklat, susu, krimer, es dan gula. Ditambah dengan makanan ringan sebagai pendamping seperti puding, kue dan bermacam roti yang menemani suasana santai. Suasana seperti ini kemudian menjadi peluang yang lebih besar bagi orang-orang yang tergiur dengan bisnis cafe. Mereka berpendapat bahwa selama masyarakat tidak keberatan dengan harga yang mahal. Tidak hanya fokus pada menu kopi, cafe mulai memperluas lingkup pada menu-menu yang lain. Kini, bisa kita temukan cafe yang khusus menyajikan menu es krim, hasil olahan susu, cafe yogurt, coklat, brownies, cookies dan masih banyak lagi menu-menu yang disajikan di tempat makan yang berkonsep cafe.

Cafe sendiri merupakan sebuah konsep induk yang kemudian dikembangkan lagi dalam sub konsep tempat makan yang lebih rinci. Dari situ, pemilik cafe lalu memperjelas lagi dengan tema desain ruang yang menarik. Saat ini nyaris tidak bisa ditemui cafe yang biasa saja tanpa mengusung tema tertentu. Demi kenyamanan dan pengalaman eksklusif para pengunjung, para pemilik cafe berlomba menentukan tema yang unik, cantik, menarik dan dibantu dengan para interior designer. Saat ini, tema vintage, retro, dan kampung adalah yang paling banyak digemari. Semua konsep itu dikemas secara modern, sehingga setiap pengunjung memperoleh suasana berbeda yang tidak akan didapat di tempat lain. Suasana beda inilah yang juga meningkatkan daya saing bisnis cafe.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

I. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen yang berkunjung ke Cafe Chocolata
II. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan cafe

II. METODE

A. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian naturalistik karena model ini dilakukan pada kondisi yang alami (Sugiyono, 2017: 70). Pada penelitian ini akan menguak fenomena yang ada sesuai kondisi yang ada dilapangan. Penelitian ini akan difokuskan kepada untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen yang menjadi pelanggan di Chocolata Cafe.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitaif yang mempelajari masalah –masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku.

Peneltian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskrip-sikan, mencatat, analisis dan menginterprestasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada. (Mandalis, 2009: 26)

3. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumusan masalah sebagai acuan dalam menentukan ruang lingkup atau batasan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu terkait perilaku konsumen dalam melakukan pemelihan cafe di cafe di Cafe Chocolata Kediri. Adapun batasan atau ruang lingkup dalam penelitian ini berfokus pada:

1. Perilaku konsumen dalam melakukan

keputusan pemilihan cafe di Cafe Chocolata Kediri

2. Lokasi penelitian hanya dilakukan di Cafe Chocolata Kediri

4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan subyek dari mana penelitian itu diperoleh (Putra, 2014: 56) bahan analisis dalam penulisan ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh penulis secara langsung melalui, kuesioner maupun melalui wawancara secara langsung dengan konsumen cafe chocolata.
2. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh penulis dari dokumen-dokumen yang ada, dari hasil penelitian kepustakaan maupun dari internet mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian. .

5. Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan merupakan aspek yang sangat penting (Fauji, 2017; 21). Pemilihan informan pada penelitian ini berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. *Relevance*

   Informan yang dipilih dalam penelitian ini haruslah informan yang berhubungan atau memahami masalah dalam penelitian ini, jika sesuai barulah dikatakan *relevance*. Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai informan yaitu pengunjung Cafe Chocolata.

2. *Recommendation*

   Informan yang dipilih dalam penelitian berdasarkan rekomendasi dari orang-orang yang terpercaya. Dalam penelitian, informan yang dipilih berdasarkan rekomendasi dari:

   a. Dari pemilik cafe
   b. Dari teman-teman yang sering berkunjung di cafe

3. *Readiness*

Peneliti harus memastikan informan yang dipilih benar-benar siap untuk diwawancarai. Dalam tahap ini, peneliti benar-benar memastikan kapan informan dapat di wawancarai tanpa mengganggu aktivitas mereka dengan cara peneliti melihat dahulu informan sedang sibuk atau tidak, sekiranya tidak sibuk maka peneliti akan menghampiri dan akan meminta persetujuan untuk dilakukannya penelitian atau wawancara, sehingga peneliti bisa leluasa dan mendapatkan semua informasi yang diperlukan.

4. *Reassurance*

Dalam penelitian kualitatif, informasi yang disampaikan oleh informan harus sesuai dengan kebenaran atau kenyataannya. Pada saat dilakukan wawancara, peneliti berusaha lebih dekat dengan informan, sehingga wawancara berjalan dengan lancar, dengan cara perkenalan diri dan juga sedikit berbincang ringan. Sehingga informan memberikan informasi secara jelas dan terbuka, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

5. *Rapport*

Harus dipastikan apakah peneliti dapat lebih dekat dengan informan atau tidak, dengan tujuan peneliti bisa menggali informasi lebih dalam. Berkaitan dengan apakah peneliti dapat lebih dekat dengan informan atau tidak, artinya kehadiran peneliti sangatlah penting dalam berlangsungnya kegiatan observasi. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai *human instrument*, yang berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan selanjutnya membuat suatu

kesimpulan atas apa yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2015; 8).

Sehingga diperoleh informan sebanyak sembilan orang, yaitu :

Tabel 1

Profil Responden

No.	Informan	Keterangan
1	Donald	Pemilik Cafe
2	Dika	Karyawan
3	Arne Nadera	Konsumen
4	Qhori' Shofianan	Konsumen
5	Muhammad Bahrul	Konsumen
6	Yanuar Yoga Pratama	Konsumen
7	Awan	Konsumen
8	Putri	Konsumen
9	Jekso	Konsumen

6. Prosedur Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017: 69) Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dari *settingannya*, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*) bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya dari teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan dapat dilakukan dengan cara observasi (pengamatan) *interview* (wawancara) kuesioner (angket)

Untuk mengumpulkan data, teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan untuk peneliti, yaitu

a. Observasi

Dalam teknik observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2017: 72) Teknik ini peneliti dapat melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan. Atau mungkin peneliti melakukan penelitian pada orang asing yang belum dikenalnya, maka peneliti akan melakukan observasi tidak terstruktur. Pada peneliti ini, peneliti melakukan pengamatan atau observasi secara langsung pada perilaku konsumen Cafe Chocolata.

b. Wawancara

Teknik ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin menemukan permasalahan yang harus diteliti secara mendalam pada responden (Sugiyono, 2017: 79) teknik wawancara yang digunakan ini adalah teknik wawancara tidak terstruktur. Dalam Teknik yang digunakan peneliti ini lebih mendalam tentang subyek yang diteliti. Peneliti berusaha mendapatkan informasi atau permasalahan yang ada pada obyek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti pemasalahan yang harus diteliti.

Peneliti belum mengetahui data apa yang diperoleh, peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan. Wawancara ini dilakukan dengan cara *face to face* supaya dapat memperoleh data yang lebih lengkap dan valid.

7. Teknik Keabsahan Data

Jadi uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validitas interval), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (obyektivitas), menurut (Sugiyono, 2017: 82) ada 4, yaitu :

1. Uji *Kredibilitas*

   Bahwa uji *kredibilitas* data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, member *check*.

2. Pengujian *Transferability*

   Bahwa *Transferability* ini merupakan validitasi eksternal dalam penelitian kualitas. Nilai transfer ini berkenan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan. Oleh karena itu, supaya orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas atas hasil penelitian tersebut.

3. Pengujian *Dependability*

   Penelitian kualitatif, uji *Dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan

oleh auditor independen untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti mulai menentukan masalah atau fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat kesimpulan menunjukkan "jejak aktivitas lapangannya", maka depenability penelitiannya patut diragukan.

4. Pengujian *Konfirmability*

   Penelitian *Konfirmability* dalam kuantitatif disebut dengan uji obyektifitas penelitian. Menguji konfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Dalam proses penelitian, jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada.

5. Triangulasi data

   Waktu juga sering mempengaruhi kreadibilitas data. Untuk data dalam pengujian kreadibilitas, data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik dalam waktu atau situasi yang berbeda, jika didapat data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang ulang sehingga didapat kepastian datanya

8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang diperoleh dari berbagai sumber, dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh dan belum ada pola yang belum jelas, sehingga mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, sehingga dapat membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017: 90).

Teknik analisis data untuk penelitian deskriptif kualitatif belum ada pola yang baku, namun berdasarkan pengalaman dalam melaksanakan penelitian kualitatif, pada dasarnya teknik analisis untuk

mendapatkan temuan penelitian, dilakukan mengikuti tahapan berikut yaitu : paparan data, pengolahan data, temuan penelitian dan pembahasan temuan penelitian (Neolak, 2014: 177).

Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

1. Paparan Data

   Paparan data adalah menampilkan data wawancara, data observasi dan dokumentasi.

2. Pengolahan Data

   Setelah selesai memaparkan data, data memasuki tahap diolah. Yang dimaksud disini adalah data diolah secara kritis dan dilakukan sedemikian rupa dalam bentuk sub bab sesuai dengan jumlah butir pertanyaan pada perumusan masalah penelitian.

3. Temuan Penelitian

   Temuan penelitian adalah tahapan setelah pengolahan data dan menjadi sub bab pembahasan yang ingin diketahui para pembacanya. Temuan penelitian ini hendaknya disesuaikan dengan teori yang digunakan agar mendukung hasil menjawab masalah penelitian.

4. Pembahasan Temuan Penelitian

   Dalam penelitian ini diharapkan peneliti membahas dengan disesuaikan dengan masalah penelitian yang dilakukan. Untuk menunjukkan kualitas penelitian penulis, maka penulis dapat mengaitkannya dengan teori yang menyangkut dengan masalah yang diteliti.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan responden, yang mana dalam hal ini penulis mengambil 3 kosumen sebagai responden. Dari wawancara diatas maka diketahui bahwasanya responden memiliki lebih banyak penilaian positif dibanding dengan penilaian negatif. Responden diberikan pertanyaan yang sama oleh penulis, yaitu seputar alasan mengunjungi cafe, motif yang mempengaruhi, pendapat mengenai pengunjung atau konsumen lainnya, rasa, harga dan kenyamanan chocolata cafe, serta hal yang paling disukai responden/

konsumen terhadap chocolata cafe.

Reseponden pertama mengungkapkan bahwasanya alasan datangnya ke chocolata cafe ialah karena tempat yang tidak jauh dari tempat ia menetap, tak hanya itu responden pertama juga memberikan tanggapan positif terhadap pengunjung cafe yang lain, mengenai makanan yang disediakan, harga produk, kenyamanan yang ditawarkan, hingga event yang disediakan pihak chocolata cafe. Hanya saja responden pertama menyayangkan akan luas chocolata cafe yang terbilang sempit.Tak jauh berbeda dengan tanggapan dari responden pertama, responden kedua pun menanggapi positif terhadap pertanyaan yang diajukan. Mulai dari tempat, harga, pelayanan hingga pelanggan/customer lain. Sejalan dengan responden pertama dan kedua, responden ketiga memiliki pendapat yang sama. Tak hanya pendapat positif, tetapi mereka juga menyayangkan luas chocolata cafe yang terbilang cukup sempit itu.

Ketiga responden memiliki alasannya masing-masing untuk datang ke chocolata cafe, dengan segala kelebihan yang ditawarkan oleh chocolata cafe seperti letaknya yang strategis, menu dengan harga yang terjangkau tetapi tetap dengan rasa yang enak, kenyamanan yang ditawarkan, hiburan-hiburan yang disediakan oleh pihak cafe sendiri, hingga spot-spot yang dapat dijadikan tempat selfie membuat mereka mengunjungi chocolata cafe. Namun dari ketiga responden pun memberi penilaian yang negatif terhadap luas chocolata cafe, akan tetapi bagi responden banyaknya penilaian positif dapat mengurangi pendapat atau penilaian negatif dari chocolata cafe.

B. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa memang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih cafe chocolata diantaranya karena: 1. Lokasi, 2. Produk, 3. Faktor Eksternal, tentang faktor yang

mempengaruhi perilaku konsumen.

IV. PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian, perilaku konsumen yang datang ke Cafe Chocolata didasarkan motivasi atau alasan untuk nongkrong bersama teman, mencari spot foto dan ingin menikmati menu makanan yang disajikan di cafe tersebut. Konsumen mengetahui Cafe Chocolata dari teman, sosial media dan papan nama cafe.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap tujuh orang konsumen mereka berkunjung ke Cafe Chocolata dipengaruhi oleh faktor lokasi, faktor produk dan faktor eksternal. Faktor lokasi yang dipertimbangkan adalah karena lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya, kost, kantor dan sekolah. Faktor produk meliputi menu makanan dan minuman yang disajikan memiliki kualitas yang enak dengan harga yang terjangkau ditambah dengan menu yang banyak dan variatif. Dan faktor eksternal yang dimaksud disini adalah adanya *event* acara komunitas dua kali seminggu.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan pelayanan yang baik serta produk atau menu yang lebih disukai oleh *customer* ataupun hiburan-hiburan lainnya yang dapat lebih menarik konsumen.
2. Memperluas area cafe atau dapat pula dengan membuka cabang baru yang dapat lebih dijangkau oleh customer yang berdomisili jauh dari chocolata cafe sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

Hartono, Budi. 2011. Perillaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Malang. *Buletin Peternakan Vol. 35(2): 137-142, Juni 2011.*

https://journal.ugm.ac.id/buletinpeternakan/article/view/600

Khoirunnisa, Esa. 2016. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga (Studi Kasus di CV. Bening Jati Anugerah, Kabupaten Bogor). Jurnal Perikanan Kelautan Vol. VII No. 1 /Juni 2016 (66-74).* http://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13942

Fauji, D. A. S. (2017). MODEL ADOL – TITIP : SEBUAH UPAYA WIN – WIN SOLUTION BERBASIS KEARIFAN LOKAL PADA PELAKU USAHA MIKRO DI KOTA KEDIRI. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global,"* 320. Retrieved from https://semnas.unikama.ac.id/feb/artikel.php

Kamayanti, 2016. *Metodologi Penelitian kualitatif akuntansi religiositas keilmuan.* Jakarta selatan, Ngapurancang.

Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I, Erlangga, Jakarta

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. (M. Sabella, Ed.) (Edisi 13 J). Jakarta: Erlangga. Retrieved from www.erlangga.co.id

Lim. 2014. Manajemen pemasaran Jakarta : Rajawali Press

Mandalis. 2009. *Penelitian suatu pendekatan proposal.* Jakarta: Bumi Aksara.

Maswadi. 2012. Kajian Faktor Kepribadian Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Sayur Organik di Supermarket Kota Pontianak. *Volume 8, Nomor 1, Februari 2012. Hal 1–8.* http://repository.polnep.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/353/01-Maswadi.pdf?sequence=1

Neolak dan Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

O.Hasbiansyah. 2005. *Fenomenologi, Fenomena, Metode riset. Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi* , 163.

Putra, D. P. 2014. *Persepsi Konsumen Terhadap Produk-produk Lokal Yang Menggunakan Merek Asing.*Bengkulu. Universitas Bengkulu.

Sangadji, Etta Mammang. 2016. *Salesmanship* (kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara

Schiffman, Leon G; Leslie, Lazar, Kanuk. 2010. *Consumer BehaviorTenth Edition.* PearsonEducation

Silva, P. M. 2017. pengaruh persepsi konsumen dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian polis asuransi. *Psikoborneo, ejournal.psikolog.fisip-unmul.ac.id vol 5. no 3 , 443.*

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D.* Bandung: CV AlfaBeta.

Sugiyono, 2017; *Metode penelitian, kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung, Alfabeta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern.* Edisi II Yogyakarta