

**“Analisis Faktor Penentu Keputusan Pelanggan Terhadap Pembelian Kopi
Cold N Brew Medan Dengan Regresi Biner Logistik”**

Eleonora¹, Jeslin Aurensia²

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap produk kopi Cold N Brew di Kota Medan. Adapun variabel independen yang diteliti meliputi perilaku konsumen, harga, dan kualitas produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan regresi logistik biner, di mana variabel dependen bersifat biner (membeli atau tidak membeli). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan pelanggan Cold N Brew. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi dari masing-masing variabel yaitu perilaku konsumen (0,002), harga (0,001), dan kualitas produk (0,002), dengan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,437. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang dibangun dapat menjelaskan sebesar 43,7% variabilitas keputusan pembelian, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Berdasarkan hasil tersebut, pihak manajemen Cold N Brew disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan strategi harga, serta membangun kedekatan dengan pelanggan untuk memperkuat loyalitas dan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik Biner

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer purchasing decisions for Cold N Brew coffee products in Medan City. The independent variables examined include consumer behavior, price, and product quality. The research employs a quantitative method using binary logistic regression, where the dependent variable is binary (purchase or not purchase). Data were collected through a questionnaire distributed to 50 respondents who are customers of Cold N Brew. The results indicate that both partially and simultaneously, all three independent variables significantly influence purchasing decisions. The significance values for each variable are consumer behavior (0.002), price (0.001), and product quality (0.002), with a Nagelkerke R Square value of 0.437. This indicates that the model can explain 43.7% of the variability in purchasing decisions, while the remaining percentage is influenced by other factors outside the model. Based on these findings, it is recommended that Cold N Brew management continue to improve product quality, adjust pricing strategies, and strengthen customer engagement to enhance loyalty and increase purchasing decisions.

Keywords: *Consumer Behavior, Price, Product Quality, Purchasing Decision, Binary Logistic Regression*