

## ABSTRAK

Perkembangan industri minuman di Indonesia ditandai dengan banyaknya jenis dan merek minuman dalam kemasan yang beredar di pasaran. Produsen berlomba-lomba memproduksi berbagai macam jenis minuman dalam kemasan untuk menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah minuman *thai tea* dalam kemasan. *Thai tea* sangat populer dikalangan remaja. Mereka sangat tertarik dan menyukai minuman teh khas Thailand yang memiliki rasa yang unik. Addictea menawarkan *thai tea* dalam kemasan dengan beberapa pilihan rasa yang menarik. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Addictea di Kota Bandung.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan Bernoulli. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis, yaitu analisis faktor dengan model *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yaitu suatu teknik analisis faktor di mana faktor yang ada berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui dipahami atau ditentukan sebelumnya.

Dan hasil yang diperoleh adalah terbentuk 8 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Addictea di Kota Bandung, yaitu faktor psikologis, faktor individu, faktor produk, faktor sosial, faktor promosi, faktor harga, faktor distribusi, dan faktor budaya. Faktor yang paling dominan dalam keputusan pembelian Addictea adalah faktor psikologis dengan total *eigenvalue* 10,774. Sedangkan faktor yang paling rendah berpengaruh terhadap keputusan pembelian Addictea adalah faktor budaya dengan total *eigenvalue* 1,128.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, faktor psikologis, faktor individu, faktor produk, faktor social.