

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya, konsumen telah dihadapkan pada beberapa alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan mengambil tindakan untuk memutuskan membeli suatu produk berdasarkan pilihan yang telah ditentukan. Keputusan pembelian tidak lepas dari berbagai karakteristik konsumen (perilaku konsumen) sehingga setiap konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti keputusan konsumen dalam memilih TiramiSusu By Chocomory. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada produk TiramiSusu By Chocomory dengan teknik analisis data distribusi frekuensi yang di uji menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa varian rasa yang beragam menjadi daya tarik paling kuat, diikuti oleh reputasi merek Chocomory yang dipercaya konsumen. Tingkat loyalitas juga cukup tinggi, terlihat dari banyaknya konsumen yang membeli dalam jumlah lebih dari satu, terutama pada momen spesial atau perayaan. Kemudahan distribusi produk, ketersediaan pembayaran non-tunai, serta promosi melalui media sosial turut memperkuat keputusan pembelian. Selain itu, citra TiramiSusu sebagai produk unggulan dari Chocomory semakin memperkuat persepsi positif konsumen terhadap merek tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat terus meningkatkan keputusan pembelian pada produk TiramiSusu by Chocomory.

Kata kunci: keputusan pembelian, perilaku konsumen, TiramiSusu by Chocomory.