

ABSTRAK

Bojongsoang memiliki tempat usaha yang beragam yang memiliki daya tarik konsumen. Hal tersebut mengharuskan UMKM di Bojongsoang untuk memiliki strategi yang efektif, salah satunya adalah dengan meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk. Warung Kopi Djoeang adalah salah satu UMKM Warung Kopi yang ada di Bojongsoang. Dalam persaingan bisnis warung kopi yang semakin ketat, pengetahuan konsumen mengenai produk yang ditawarkan menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Pengetahuan ini meliputi pemahaman tentang kualitas bahan, variasi menu, hingga keunikan yang ditawarkan oleh Warung Kopi Djoeang dibandingkan kompetitornya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Warung Kopi Djoeang di Bojongsoang. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei kepada konsumen Warung Kopi Djoeang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Warung Kopi Djoeang, dengan sampel responden sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang nyata antara variabel pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pengetahuan Konsumen, Keputusan Pembelian.