

## **ABSTRAK**

Nama : Dannia Avanty  
Program Studi : 31150036  
Judul : Persepsi Generasi Millennial Terhadap Kualitas Produk  
Dalam Keputusan Pembelian Fore Coffee di Jakarta

Saat ini antusiasme dari para konsumen sangat tinggi, terlebih adalah kaum millennial. Terlebih melihat maraknya kedai kopi yang bermunculan dimana-mana. Untuk dapat menarik minat konsumen khususnya generasi millennial, para pelaku bisnis harus dapat menarik minat konsumen, yaitu dengan cara mengikuti trend yang ada dan melengkapi segala kebutuhan dari konsumen.

Persepsi dari konsumen sangat jelas membantu para pelaku bisnis dalam mengetahui kebutuhan dan bagaimana suatu produk akan tercipta. Persepsi dari konsumen akan membantu pelaku bisnis membuat rancangan produk atau jasa yang mengikuti trend.

Milennial sangat terbius oleh “instant online buying” ini. Begitu selesai melakukan pembelian sekali klik di internet, barang diterima dalam hitungan menit. Dengan adanya layanan baru, perilaku konsumen. Milennial juga diprediksi bakal berubah. 80% Milennial lebih mementingkan pengalaman pribadi ketimbang iklan atau ulasan konvensional. 53% Milennial lebih memilih kehilangan apa yang mereka rasa ketimbang kehilangan koneksi internet. 37% tak percaya pada perusahaan besar. Dan 32% tak percaya pada iklan. Dengan adanya fenomena seperti ini, para pelaku bisnis makanan dan minuman juga turut memasukan konsep era digital terhadap bisnisnya.

Kata Kunci: Generasi Millennial, Persepsi, Kopi, Kualitas Produk

## **ABSTRACT**

Nama : Dannia Avanty  
Program Studi : 31150036  
Judul : Millennial Generation Perception of Product Quality in  
Fore Coffee Purchasing Decisions in Jakarta

Currently the enthusiasm of consumers is very high, especially the millennials. Especially seeing the rise of coffee shops popping up everywhere. To be able to attract the interest of consumers, especially millennials, business people must be able to attract consumers' interests, namely by following existing trends and completing all the needs of consumers.

The perception of consumers is very clear helping business people in knowing the needs and how a product will be created. Perceptions from consumers will help business people design products or services that follow trends.

Millennial is very anesthetized by this "instant online buying". Once finished making a one-click purchase on the internet, items are received in minutes. With the existence of new services, consumer behavior. Millennial is also predicted to change.

80% Millennial is more concerned with personal experience than conventional advertising or commentary. 53% Millennial prefer to lose what they feel rather than lose their internet connection. 37% don't trust big companies. And 32% don't believe in advertising. With the phenomenon like this, food and beverage business people are also taking part in incorporating the digital age concept of their business.

Keyword: Millennials Generation, Perceptions, Coffee, Quality of product.