

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi eksploratori yang memiliki tujuan untuk menggali secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen memutuskan makan di depot nasi pecel pincuk Suroboyo.

Manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan informasi tambahan dan saran bagi pihak manajemen depot nasi pecel pincuk suroboyo yang bergerak dalam bidang bisnis makanan dan minuman jadi.

Faktor *firm marketing effort* yang terdiri dari faktor produk (kualitas rasa), faktor harga (murah) dan faktor promosi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut sebagian besar responden membeli dan mengkonsumsi Nasi Pecel Pincuk Suroboyo karena memang sesuai dengan apa yang diharapkan yaitu rasa enak dan cocok dengan selera responden, serta harga yang cukup murah.

Faktor *sociocultural* yang mempengaruhi responden memuaskan makan di Depot Nasi Pecel Pincuk Suroboyo adalah faktor sumber *non-commercial*, budaya responden sumber informal dan faktor keluarga.

Faktor *psikologis* responden juga berpengaruh dalam mempengaruhi responden untuk mengkonsumsi Nasi Pecel Pincuk Suroboyo. Faktor psikologis dalam penelitian ini yaitu persepsi, motivasi dan sikap responden.