

ABSTRAK

Industri roti sudah sangat berkembang di Indonesia khususnya di Surabaya termasuk toko roti Laritta Bakery. Berkembangnya industry yang menjadikan roti digemari oleh banyak masyarakat dengan berbagai macam jenis roti yang di produksi. Pemilihan masyarakat untuk membeli roti berhubungan dengan perilaku konsumen dalam proses keputusan pembelian konsumen. Perilaku konsumen untuk membeli dilandasi kebutuhan konsumen, seperti yang ada di rektorat Universitas Airlangga ketika mengadakan rapat membutuhkan konsumsi sehingga mempengaruhi pihak rektorat Universitas Airlangga untuk membeli roti di Laritta Bakery.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, karena metode kualitatif merupakan metode yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Proses keputusan konsumen rektorat Universitas Airlangga dalam memilih Laritta Bakery melalui beberapa tahap, yaitu pengenalan masalah berupa kebutuhan saat terselenggarakannya rapat, pencarian informasi dari toko Laritta Bakery kepada rektorat Universitas Airlangga dengan cara personal selling dari marketing Laritta Bakery, evaluasi alternatif dapat berupa rasa , kualitas, dan pelayanan, dan keputusan pembelian yang dapat dibandingkan dengan adanya kompetitor lain.

Kata kunci : *Proses, Keputusan pembelian , Konsumen*