

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI  
(Studi Kasus : di *Coffee Shop* Sanubari dan *Waiting List*  
Kecamatan Medan Baru)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ZUL ANWAR FADLY  
71190712036**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA  
MEDAN  
2024**

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI**  
**(Studi Kasus : di *Coffee Shop* Sanubari dan *Waiting List***  
**Kecamatan Medan Baru)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ZUL ANWAR FADLY**  
**71190712036**

Skripsi Ini Merupakan Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Islam Sumatera Utara  
Medan

**Menyetujui**  
**Komisi Pembimbing:**

**Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si.,**  
**Ketua Pembimbing**

**Ir. Isni Robit M.Hum.,**  
**Anggota Pembimbing**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA**  
**MEDAN**  
**2024**

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Zul Anwar Fadly  
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 22 november 1999  
NPM : 71190712036  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Agama : Islam  
Alamat Rumah : Jln. Suka Sopan, No 10 Lk VIII.

### **Nama Orang Tua**

Ayah : U. Mandai  
Ibu : Safrida Budira Hutasuhut

### **Riwayat Pendidikan**

SD	: SDIT NURUL AZIZ	2006-2012
SMP	: MTS EX PGA UNIVA MEDAN	2012-2015
SMA	: MAN 3 MEDAN	2015-2018

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahaim puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat dan karunianya saya bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan baik, dan tidak lupa sholawat salam penulis ucapkan kepada baginda besar Muhammad Saw yang menjadi panutan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

Adapun judul dari Skripsi ini adalah “Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Kopi (Studi Kasus : di *Coffee Shop* Sanubari dan *Waiting List* Kecamatan Medan Baru)”. Tujuan penelitian ini adalah sebagai syarat untuk melangkah ke tahap akhir dalam memenuhi tugas akhir sebagai syarat gelar sarjana.

Menyadari akan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh peneliti maka ada banyak bantuan yang di berikan oleh berbagai pihak dalam penyusunan Skripsi ini, oleh karena itu secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua atas dukungan moril dan materi serta doa yang diberikan penulis mampu menyelesaikan usulan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Ir. Murni Sari Rahayu, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Muhammad buhari Sibuea, M.Si., sebagai ketua komisi pembimbing yang telah banyak memberikan arahan untuk menjadi pedoman bagi peneliti untuk peneyusunan usulan penelitian dengan sebaiknya.

4. Bapak Ir. Isnri Robit M.Hum,. selaku anggota komisi pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini.
5. Bapak Dr, Ir. Mhd Ilham Riyad, SP, M.Si,. sebagai Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
6. Seluruh dosen Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara dan khususnya dosen Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu pada setiap mata kuliah.
7. Seluruh staf dan civitas baik prodi maupun akademis yang telah berkontribusi atas dukungan dan arahan yang diberikan.
8. Seluruh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara terkhusus kawan kawan Program Studi Agribisnis stambuk 2019 yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
9. Kepada seluruh yang terlibat dan membantu atas selesainya usulan penelitian.

Menyadari bahwa penulis adalah manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan, maka dalam hal ini pada proses penyusunan Skripsi ini mungkin terdapat kekurangan yang tidak disadari oleh penulis jika sekiranya terdapat kesalahan yang ditemukan oleh pembaca diharapkan kritik dan sarannya disampaikan kepada penulis, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat sesuai harapan penulis.

Medan, 30 September 2024

Zul Anwar Fadly

## DAFTAR ISI

*Halaman*

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Kopi.....	12
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	12
2.2.3 Pengambilan Keputusan .....	13
2.2.4 Karakteristik Konsumen.....	14
2.2.5 Preferensi Konsumen .....	16
2.2.6 Teori Nilai Guna ( <i>Utility</i> ).....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Metode Penelitian .....	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4 Metode Penarikan Sampel.....	24
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	26
3.5.2 Analisis Konjoin .....	26
3.5.3 Skala Likert.....	32
3.6 Definisi dan Batasan Operasional Variabel.....	32
3.6.1 Definisi Operasional.....	32
3.6.2 Batasan Operasional .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>34</b>

4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
4.1.1	Sejarah <i>Coffee Shop</i> .....	34
4.1.2	Sanubari <i>Coffee Shop</i> .....	36
4.1.3	Waiting List <i>Coffee Shop</i> .....	36
4.1.4	Letak Geografis dan Luas Daerah.....	37
4.1.5	Kependudukan dan Ketenagakerjaan .....	38
4.1.6	Pendidikan .....	40
4.2	Karakteristik Sampel Penelitian .....	41
4.2.1	Umur.....	41
4.2.2	Tingkat Pendidikan .....	42
4.2.3	Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga .....	42
4.2.4	Status Pekerjaan .....	43
4.2.5	Jenis Kelamin.....	44
4.2.6	Pendapatan .....	45
4.3	Hasil dan Pembahasan Penelitian .....	46
4.3.1	Proses Keputusan Pembelian Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	46
4.3.2	Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi .....	55
4.3.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	55
4.3.4	Analisis Tingkat Kepentingan Atribut .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>62</b>
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
Tabel 1.	Luas Areal dan Produksi Kopi di Indonesia Menurut Status Pengusahaan Tahun 2013 – 2017.....	3
Tabel 2.	Nilai Konsumsi Akhir Kelompok Bahan Minuman Tidak Beralkohol Tahun Dasar 2018-2020.....	5
Tabel 3.	Pengumpulan Informasi Data .....	24
Tabel 4.	Luas Wilayah Kecamatan di Kota Medan.....	37
Tabel 5.	Kependudukan Kota Medan Tahun 2017 .....	39
Tabel 6.	Ketenagakerjaan Kota Medan.....	40
Tabel 7.	APK dan APM Kota Medan .....	41
Tabel 8.	Umur Konsumen atau Pembeli Kopi .....	42
Tabel 9.	Distribusi Sampel Konsumen Kopi Berdasarkan Pendidikan .....	42
Tabel 10.	Jumlah Tanggungan Anggota Keluarga Sampel Konsumen Kopi.....	43
Tabel 11.	Status Pekerjaan Sampel Konsumen Kopi .....	44
Tabel 12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Pembelian Konsumen Kopi.....	45
Tabel 13.	Pendapatan Konsumen Dalam Pembelian Kopi .....	45
Tabel 14.	Motivasi Utama Responden Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	47
Tabel 15.	Manfaat Yang Diperoleh Responden Dari Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	47
Tabel 16.	Sumber Informasi Mengenai Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	48

Tabel 17. Informasi Yang Menjadi Fokus Utama Responden Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	49
Tabel 18. Pertimbangan Awal Responden Dalam Mengunjungi dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	50
Tabel 19. Pihak Yang Memengaruhi Kunjungan dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari Dan <i>Waiting List</i> .....	50
Tabel 20. Keputusan mengunjungi dan mengonsumsi kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	51
Tabel 21. Frekuensi Responden Berkunjung dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> Sebulan .....	52
Tabel 22. Waktu Responden Berkunjung dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	52
Tabel 23. Pemilihan Hari Responden Berkunjung dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	53
Tabel 24. Kepuasan Setelah Mengunjungi dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	54
Tabel 25. Ketersediaan Memberi Saran Setelah Berkunjung dan Mengonsumsi Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	54
Tabel 26. Nilai Utilitas Level Atribut Kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	57
Tabel 27. Tingkat kepentingan atribut kopi di <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.	Grafik Produksi Kopi Perkebunan Rakyat di Indonesia 2015-2020 (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian, 2021) .....	1
Gambar 2.	Grafik Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2016-2021 .....	2
Gambar 3.	Kerangka Berpikir .....	20

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian .....	66
Lampiran 2.	Atribut Dan Level Atribut <i>Coffee Shop</i> Sanubari dan <i>Waiting List</i> .....	68
Lampiran 3.	Dokumentasi Penelitian.....	72
Lampiran 4.	Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimuli.....	78
Lampiran 6.	Hasil Analisis Conjoint 30 Responden Pada Overall Statistic .....	80
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas.....	80

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Nur Halimah, Elly Rasmiayati, and Bobby Rachmat Saefudin. 2017. "Analisis Usahatani Kopi Di Kelompok Tani Hutan Giri Senang Desa Giri Mekar Kabupaten Bandung." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH* 4(1):472–79.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Christiana, K. 2011. "Analisis Preferensi Pelanggan Terhadap Pelayanan Cargo Pada PT. Garuda Indonesia Cabang Makassar."
- Directorate General of Plantations, Ministry of Agriculture of the Republic of Indonesia. 2021. "Statistical of National Leading Estate Crops Commodity 2019-2021." *Secretariate of Directorate General of Estate Crops, Ministry of Agriculture, Indonesia* 1–788.
- Enggartyasto, F. H., Kusnandar, & Sundari, M. T. 2020. "Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Temanggung Di Coffee Shop Kota Surakarta." 2507(February):1–9.
- Firdaus, M. dan Farid M. .. 2008. *Aplikasi Metode Kualitatif Terpilih Untuk Manajemen Dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hawkins & Mothersbaugh. 2013. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Idris M. 2017. "Digemari Kaum Milenial, Konsumsi Kopi RI Tumbuh 8%/Tahun." *Detik Finance*.
- Ilyas, M., & Sari, D. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Kota Bandung." *EProceedings of Management* 8(4):3318–29.
- Kotler dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks., Jakarta. In e – Jurnal Riset Manajemen.
- Krishnakumar dan Chan-Halbrendt. 2010. "Consumer Preferences for Imported Kona Coffee in South India A Latent Class Analysis." *International Food and Agribusiness Management Review* 13(4):97–103.
- Moleong, L. .. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Permadi, R. A., Sayekti, D. W., & Abidin, and Z. 2021. "Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis : Journal of Agribusiness Science , 9 ( 2 ), Mei 2021 Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis : Journal of Agribusiness Science , 9 ( 2 ), Mei 2021." *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 9(1):301–8.
- Rahardjo P. 2012. *Paduan Budi Daya Dan Pengolahan Kopi Arabika Dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Setiadi, Nugroho. J. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BP. STIE YKPN.
- Supandi, Epha Diana. 2012. "Pendekatan Conjoint Analysis Untuk Mengukur

- Tingkat Preferensi Mahasiswa Terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik Di UIN Yogyakarta.” *Jurnal Fourier* 1(1):1. doi: 10.14421/fourier.2012.11.1-9.
- Ula, R., Fajeri, H., & Mariani. 2023. “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Di Coffee Shop Satutujuh.An.” *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)* 224–231(I).
- Zand, D. 1957. “The Decision Making Process.” *Engineering Economist* 2(4):11–32. doi: <https://doi.org/10.1080/0013791X.1957.10131793>.

**Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian**

**KUISISIONER PENELITIAN**

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI  
(Studi Kasus : di *Coffee Shop* Sanubari dan *Waiting List*  
Kecamatan Medan Baru)**

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS UNIVERSITAS ISLAM  
SUMATERA UTARA**

**Identitas Responden**

- Nama :
- Jenis Kelamin : (L/P)
- Usia : Tahun
- Jumlah Tanggungan/Anggota Keluarga : Orang
- Tingkat Pendidikan : SD( ) SMP ( ) SMA( )  
Diploma( ) S1( ) S2( )
- Pekerjaan : ( ) Ibu Rumah Tangga ( ) PNS  
( ) Pegawai Swasta ( ) Wiraswasta  
( ) Mahasiswa/Pelajar  
( ) Lainnya :

Rata-rata pendapatan keluarga (suami dan istri) per bulan :

1. Kurang dari Rp 1.000.000
2. Rp 1.000.000 – 2.500.000
3. Rp 2.500.000 – 5.000.000
4. Lebih dari Rp 5.000.000

Berikan Tanda Ceklis  $\surd$  Pada pilihan Saudara/Saudari

No	Produk	Harga	Pelayanan <i>Coffee Shop</i>	Lokasi	Fasilitas	Skor
1	Tampilan menu yang menarik	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi dekat dari tempat tinggal	Toilet bersih	
2	Menu bervariasi	Rp. 30.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Lahan parkir luas	
3	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Toilet bersih	
4	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Lahan parkir luas	
5	Tampilan menu yang menarik	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang sopan	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Lahan parkir luas	
6	Menu bervariasi	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Pelayanan yang sopan	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Lahan parkir luas	
7	Menu bervariasi	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi dekat dari tempat tinggal	Toilet bersih	
8	Tampilan menu yang menarik	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang sopan	Lokasi dekat dari tempat tinggal	Wi-Fi	
9	Menu bervariasi	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang sopan	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Toilet bersih	
10	Tampilan menu yang menarik	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Lahan parkir luas	
11	Tampilan menu yang menarik	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Wi-Fi	
12	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 25.000 - Rp. 30.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Wi-Fi	
13	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 35.000 - Rp. 40.000	Pelayanan yang sopan	Lokasi dekat dari tempat tinggal	Wi-Fi	
14	Menu bervariasi	Rp. 20.000 - Rp. 25.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi dengan lalu lintas lancar	Wi-Fi	

15	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 30.000 - Rp. 35.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi dekat dari tempat tinggal	Lahan parkir luas
16	Menu bervariasi	Rp. 30.000 - Rp. 35.000	Pelayanan yang tanggap	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Wi-Fi
17	Ukuran menu yang sesuai dengan harga	Rp. 35.000 - Rp. 40.000	Pelayanan yang cepat	Lokasi jauh dari tempat tinggal	Toilet bersih

### **Lampiran 2. Atribut Dan Level Atribut *Coffee Shop* Sanubari dan *Waiting List***

No	Atribut	Level/Atribut
1	Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menu bervariasi</li> <li>➤ Tampilan menu yang menarik</li> <li>➤ Ukuran menu yang sesuai harga</li> </ul>
2	Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rp. 20.000 – Rp. 25.000</li> <li>➤ Rp. 25.000 – Rp. 30.000</li> <li>➤ Rp. 35.000 – Rp. 40.000</li> </ul>
3	Pelayanan <i>Coffee Shop</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pelayanan yang cepat</li> <li>➤ Pelayanan yang tanggap</li> <li>➤ Pelayanan yang sopan</li> </ul>
4	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokasi dengan lalu lintas lancar</li> <li>➤ Lokasi dekat dari tempat tinggal</li> <li>➤ Lokasi jauh dari tempat tinggal</li> </ul>
5	Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wifi</li> <li>➤ Lahan parkir luas</li> <li>➤ Toilet bersih</li> </ul>

Keterangan:

STS	: Sangat tidak suka	1
TS	: Tidak suka	2
S	: Suka	3
SS	: Sangat Suka	4

## PERILAKU KONSUMEN

1. Apakah alasan utama Anda berkunjung ke *Coffee Shop*?
 

<input type="checkbox"/> Rasa lapar/haus	<input type="checkbox"/> Menu yang beragam
<input type="checkbox"/> Sekedar ingin mencoba	<input type="checkbox"/> Rasa yang khas
<input type="checkbox"/> Harga yang terjangkau	<input type="checkbox"/> Pelayan <i>coffee shop</i> /Barista
<input type="checkbox"/> Fasilitas	<input type="checkbox"/> Lokasi
<input type="checkbox"/> Suasana yang nyaman	<input type="checkbox"/> Promosi penjualan
<input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan .....	
  
2. Berapa seringkah rata-rata Anda berkunjung ke *Coffee Shop*?  
 . .....kali per hari/minggu/bulan (\*)
 

(\*) Coret yang tidak perlu
  
3. Dengan siapa biasanya Anda berkunjung ke *Coffee Shop*?
 

<input type="checkbox"/> Sendiri	<input type="checkbox"/> Keluarga
<input type="checkbox"/> Teman/pasangan	<input type="checkbox"/> Lainnya .....
  
4. Kapan biasanya Anda berkunjung ke *coffee shop*?
 

<input type="checkbox"/> Hari libur	<input type="checkbox"/> Hari kerja
-------------------------------------	-------------------------------------
  
5. Pada pukul berapakah, cenderung Anda berkunjung ke *Coffee Shop*?
 

<input type="checkbox"/> 08.00 – 11.00
<input type="checkbox"/> 11.01 – 17.00
<input type="checkbox"/> 17.01 – 22.00
  
6. Bila Anda berkunjung ke *Coffee Shop* pilihan Anda dan ternyata kondisinya penuh, apa yang Anda lakukan?
 

<input type="checkbox"/> Membatalkan niat
<input type="checkbox"/> Menunggu sampai mendapat tempat
<input type="checkbox"/> Mencari tempat lain
  
7. Dari mana Anda pertama kali mengetahui *Coffee Shop*?
 

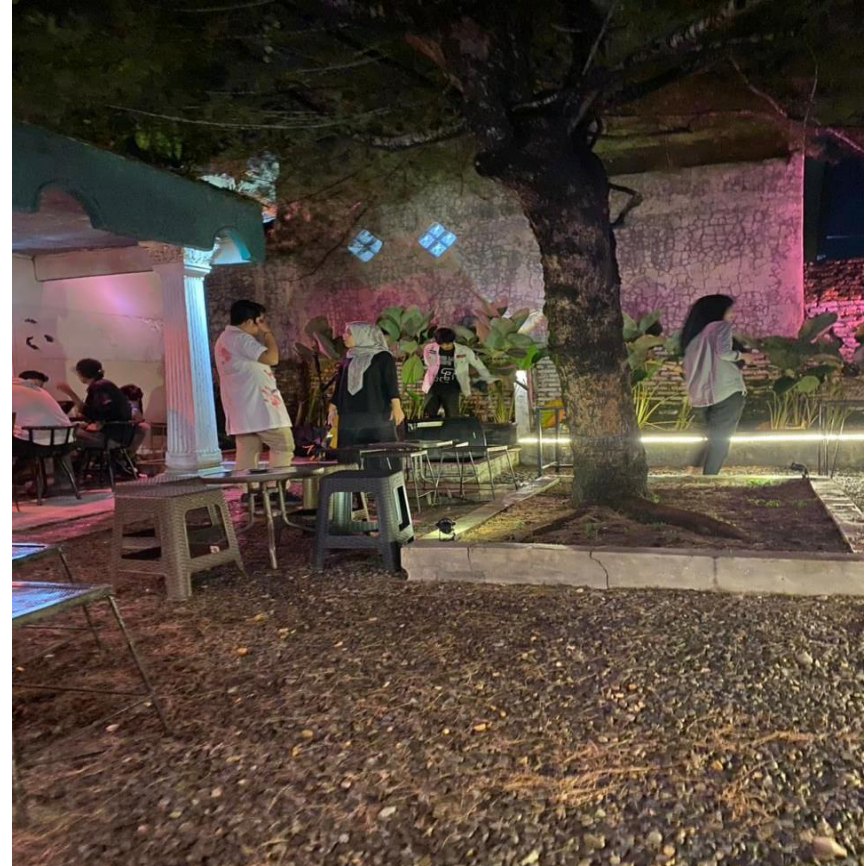
<input type="checkbox"/> Media massa/elektronik	<input type="checkbox"/> Keluarga
<input type="checkbox"/> Iklan (billboard, spanduk)	<input type="checkbox"/> Teman/pasangan
<input type="checkbox"/> Lainnya .....	
  
8. Bentuk promosi penjualan seperti apa yang paling Anda inginkan yang membuat Anda tertarik sehingga memutuskan berkunjung *Coffee Shop*?
 

<input type="checkbox"/> Potongan harga	<input type="checkbox"/> Penambahan porsi
<input type="checkbox"/> Hadiah langsung	<input type="checkbox"/> Keragaman menu
<input type="checkbox"/> <i>Event</i> /Acara khusus	<input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan .....
  
9. Setelah mencoba menu yang ditawarkan di *coffee shop* pilihan Anda, bagaimanakah penilaian Anda berkunjung ke sana?
 

<input type="checkbox"/> Puas	<input type="checkbox"/> Biasa saja
<input type="checkbox"/> Tidak puas	
  
10. Apabila harga rata-rata menu di *Coffee Shop* pilihan Anda mengalami kenaikan sebesar 15-20%, maka Anda?

- Tetap akan membeli
  - Tidak jadi membeli
  - Mengurangi frekuensi pembelian selanjutnya
  - Pindah ke *Coffee Shop* yang lebih murah
  - Lainnya .....
11. Setelah mengunjungi *Coffee Shop* pilihan Anda, apakah Anda berniat untuk berkunjung kembali?
- Ya
  - Tidak
12. Berapa biaya yang Anda keluarkan sekali berkunjung ke *Coffee Shop* pilihan Anda?
- < Rp 24.000,-
  - Antara Rp 24.001,- s.d. Rp 100.000,-
  - > Rp 100.000,-
13. Cara Anda memutuskan berkunjung ke *Coffee Shop* pilihan Anda adalah?
- Terencana/sengaja
  - Mendadak
  - Tergantung situasi
  - Lainnya, sebutkan.....
14. Manfaat apa yang Anda cari dengan berkunjung ke *Coffee Shop* pilihan Anda?
- Rasa yang enak/nikmat
  - Menikmati suasana yang ditawarkan
  - Sebagai simbol status sosial
  - Gaya hidup/trend
  - Lainnya, sebutkan.....

### Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian

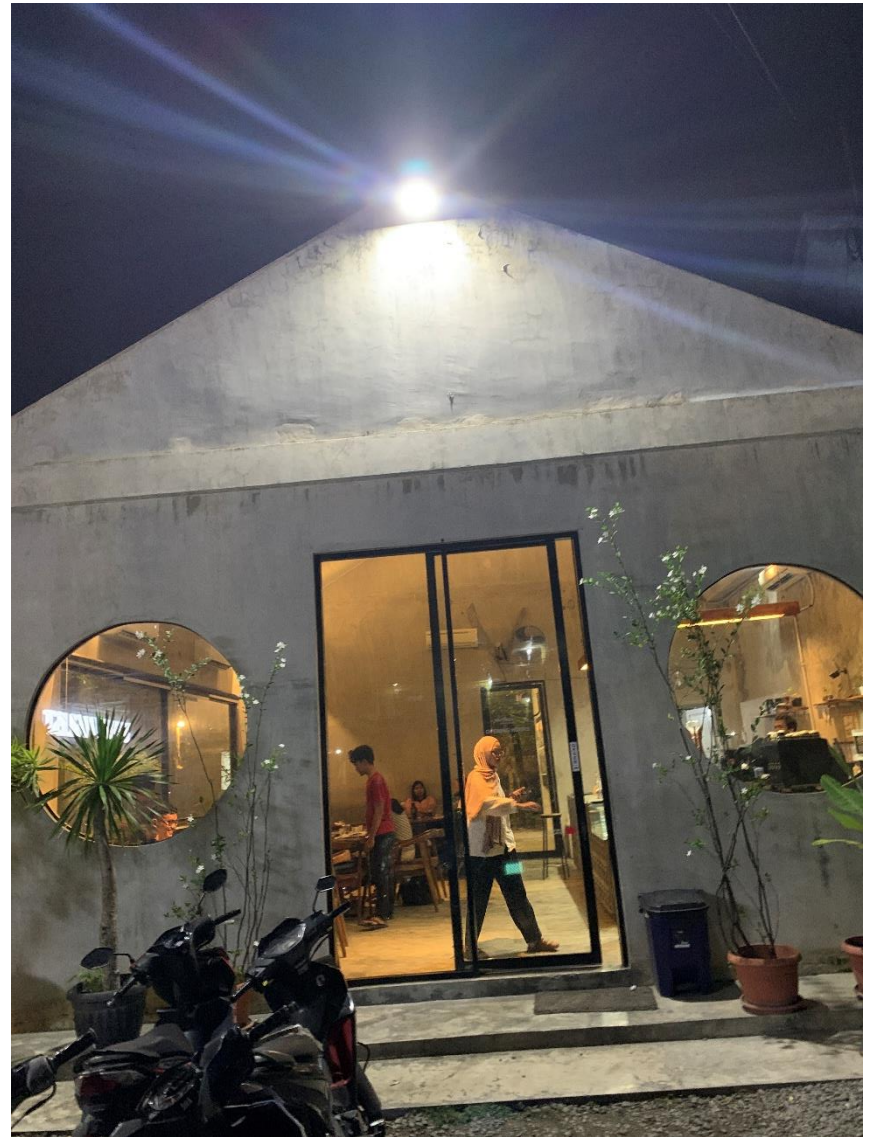












**Lampiran 4. Input Data Penilaian Responden Terhadap Stimuli**

<b>Responden</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>
1	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	2
3	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
4	5	4	4	2	4	5	4	4	2	4	5	4	4	2	4	4
5	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4
6	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
7	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
8	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
9	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	3
10	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
11	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
12	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
13	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
14	5	5	3	2	4	5	5	3	2	4	5	5	3	2	4	3
15	5	5	3	3	4	5	5	3	3	4	5	5	3	3	4	3
16	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
17	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
18	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	2
19	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
20	5	4	4	2	4	5	4	4	2	4	5	4	4	2	4	4
21	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4
22	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
23	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3

24	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
25	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	4	5	3	2	4	3
26	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
27	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
28	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3
29	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	3
30	5	5	3	2	4	5	5	3	2	4	5	5	3	2	4	3

---

### Lampiran 5. Hasil Analisis Conjoint 30 Responden Pada Overall Statistic Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Produk	Menu bervariasi	-,186	,249
	Tampilan menu yang menarik	,606	,293
	Ukuran menu yang sesuai harga	-,419	,293
Harga	Rp. 20.000 – Rp. 25.000	,703	,249
	Rp. 25.000 – Rp. 30.000	-,164	,293
	Rp. 35.000 – Rp. 40.000	-,539	,293
Pelayanan_Coffee_Shop	Pelayanan yang cepat	,119	,249
	Pelayanan yang tanggap	,240	,293
	Pelayanan yang sopan	-,360	,293
Lokasi	Lokasi dengan lalu lintas lancar	-,103	,249
	Lokasi dekat dari tempat tinggal	,218	,293
	Lokasi jauh dari tempat tinggal	-,115	,293
Fasilitas	WIFI	-,036	,249
	Lahan parkir luas	-,099	,293
	Toilet bersih	,135	,293
(Constant)		3,399	,233

### Lampiran 6. Hasil Uji Validitas

Correlations <sup>a</sup>		
	Value	Sig.
Pearson's R	,866	,000
Kendall's tau	,744	,000

a. Correlations between observed and estimated preferences