

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP
DI KELURAHAN TELADAN BARAT KECAMATAN
MEDAN KOTA**

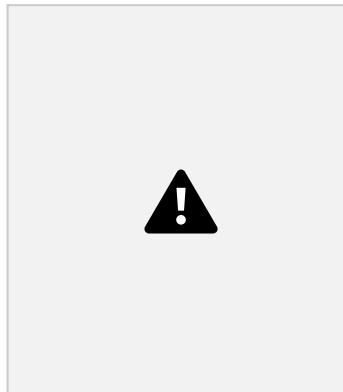
SKRIPSI

OLEH

MAULANA MUHAMMAD YUSUF

NPM : 71180712004

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**MEDAN
2025
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP
DI KELURAHAN TELADAN BARAT KECAMATAN
MEDAN KOTA**

OLEH

MAULANA MUHAMMAD YUSUF

NPM : 71180712004

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Agribisnis pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara

Menyetujui

Komisi Pembimbing

Desi Novita, S.P., M.Si.

Ketua

Khairunnisyah, S.P., M.Si.

Anggota

FAKULTAS PERTANIAN

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Preferensi Konsumen Terhadap Coffee Shop Di Kelurahan Teladan Barat Kecamatan Medan Kota”**.

Penyusunan proposal ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara. Atas doa, dukungan, bimbingan, semangat dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung maka penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya beserta keluarga yang telah banyak memberikan dukungan serta semangat pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
3. Dr. Ir. Murni Sari Rahayu, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Mhd. Ilham Riyadh, S.P., M.Si. selaku ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara.
5. Desi Novita, S.P., M.Si. selaku ketua komisi pembimbing yang telah memberikan bimbingan petunjuk dan motivasi sampai selesainya Skripsi ini.

6. Khairunnisyah, S.P., M.Si. anggota komisi pembimbing yang telah memberikan bimbingan petunjuk dan motivasi sampai selesainya Skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Agribisnis 2018 yang telah memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
8. Dan semua pihak yang telah membantu terlaksananya Skripsi serta tersusunnya Skripsi ini.

Demi penyempurnaan rancangan penelitian ini penulis mengharapkan masukan yang bersifat membangun sehingga dapat mempermudah langkah selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis.

Medan, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Tujuan Penelitian
- 1.4. Manfaat Penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1. Tinjauan Pustaka
 - 2.1.1. Kopi
 - 2.1.2 Espresso based
 - 2.1.3. Manual Brew Coffee
- 2.2. Landasan Teori
 - 2.2.1. Konsumen
 - 2.2.2. Preferensi Konsumen
 - 2.2.3. Atribut Produk
 - 2.2.4. Analisis Conjoint
- 2.3. Penelitian Terdahulu
- 2.4. Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

- 3.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian
- 3.2. Metode Penentuan Sample
- 3.3. Metode Pengumpulan Data
- 3.4. Metode Analisis Data
- 3.5. Defenisi dan Batasan Operasional
 - 3.5.1. Definisi Operasional
 - 3.5.2. Batasan Operasional

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian
- 4.2. Karakteristik Respoden
 - 4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin
 - 4.2.2. Berdasarkan Usia

- 4.2.3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan
- 4.2.4. Berdasarkan Pekerjaan
- 4.2.5. Berdasarkan Tingkat Pendapatan
- 4.2.6. Berdasarkan Domisili
- 4.3. Nilai Analisis *Conjoint*
- 4.4. Hubungan keputusan konsumen dengan preferensi atribut
- 4.5. Keputusan Pembelian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	<u>Proyeksi konsumsi kopi di Indonesia Tahun 2017-2021</u>	3
2.	<u>Atribut dan Level Atribut Kopi</u>	26
3.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2024.</u>	31
4.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Tahun 2024</u>	31
5.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Tahun 2024</u>	31
6.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.</u>	32
7.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2024.</u>	33
8.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tahun 2024</u>	33
9.	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tahun 2024</u>	34
10.	<u>Nilai Korelasi Analisis Conjoint</u>	34
11.	<u>Nilai Utility Atribut dan Level Atribut</u>	35
12.	<u>Preferensi Atribut Berdasarkan Kepentingan Konsumen</u>	36

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan konsumsi kopi di Indonesia	2
1.	Kerangka berpikir preferensi konsumen Coffee shop	25

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	47
2.	Karakteristik Responden	52
3.	Produk, Intensitas dan Harga	54
4.	Nama Coffee dan Alamat Coffee di Teladan Barat	56
5.	Hasil Skor Atribut	57
6.	Hasil SPSS dari Skor Atribut	59
7.	Dokumentasi	60

2. Berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut (*importance values*). Atribut Kopi yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan mengkonsumsi kopi di Coffee shop Teladan Barat adalah atribut cita rasa yang paling penting dengan nilai sebesar 33,793 % yang artinya bahwa konsumen lebih mengutamakan atribut cita rasa dibandingkan dengan atribut lainnya. Kemudian disusul dengan atribut olahan produk, design tempat, penyajian kopi, jenis kopi dan harga.

5.2. Saran

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian yang telah saya lakukan untuk menganalisis atribut-atribut dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kemajuan Coffee shop di Indonesia khususnya Sumut.

DAFTAR PUSTAKA

Assael, Henry. 2002. *Consumers Behavior and Marketing Action*. Edisi 3. Kent Publishing Company. Boston Massachusetts. AS.

Badan Pusat Statistik Kota Medan. Sumatera Utara

Berkowitz, E.N. et al., 2000. *marketing*. sixth edition. The McGraw-Hill companies Inc., Nort- America.

- Diana Rachmatunnissa, 2019. Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Coffee Shop Di Lingkungan Jatinangor. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran Jatinangor. Jatinangor.
- Erna Ferrinadewi. 2005. Atribut Produk yang di pertimbangkan dalam pembelian kosmetik Dan pengaruhnya pada kepuasan konsumen di surabaya, jurnal manajemen dan kewirausahaan, Vol. 7, No. 2, September 2005:139-151
- Hair, J. F. Wiliam C. Black, Barry J. Babin dan R.L Tatham. 2006 Multivariate Data Analysis, Sixth Edition, Pearson Education In. New Jersey.
- Husein Umar, 2004, “Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis”, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- International Coffee Organization (ICO), 2020. Kondisi Kopi Domestik di Indonesia.
- Kardes, F. R. 2002. Consumer Behavior and Management Decision making, Massachussets: Addison-Wesley Education Publishers, Inc.,
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. Prinsip - prinsip Pemasaran (Buku 1, Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Madeleine Lyman, 2019. Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Coffee Shop Di Jakarta Utara. Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis Konsentrasi Bisnis Internasional. Jakarta.
- Mulyani, 2020. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lokal Di Kota Jambi. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari. Jambi.
- Nitisusastro, M. 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Rahardjo, Pudji. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Penebar Swadaya. Jakarta
- Rangkuti, Fredy. 2003. Measuring Customer Satisfaction. Cetakan kedua. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simamora, Bilson. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Suryani, Tatik, 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutisna, 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya.

Santoso, S. 2012. Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta

Sumarwan Ujang. 2004. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua. Bogor (ID): Penerbit Ghalia Indonesia

Sungkawa Iman dan Fauziah Eva, 2015. Hubungan Antara Persepsi dan Preferensi Konsumen dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Lokal. Jurnal Agrijati Vol. 28 No.1.

Tota Totor Naibaho. 2016. Analisis preferensi konsumen terhadap kopi lokal sumatera di kota medan. Tesis. Magester Agribisnis. Universitas Sumatera Utara. Medan.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP
DI KELURAHAN TELADAN BARAT KECAMATAN
MEDAN KOTA

Nama Peneliti : Maulana Muhammad Yusuf
NPM : 71180712004
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian UISU

A.IDENTIFIKASI RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Umur :
3. Alamat/Domisili :
3. Jenis Kelamin : Pria / Wanita^(Coret yang tidak diinginkan)
4. Pendidikan Terakhir : SD / SMP / SMA / PT^(Lingkari Yang Diinginkan)
5. Pekerjaan :
6. Pendapatan :
6. Status Pernikahan :

B. Pertanyaan Utama

Petunjuk pengisian:

- a. Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
- b. Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan.

1. Apakah Anda mencari dan mengetahui informasi tentang kopi?
 Ya Tidak
2. Berapakah intensitas Anda minum kopi dalam 1 minggu?
 1 kali 5 - 7 kali

- 2 – 4 kali >7 kali
3. Kapan waktu Anda meminum kopi?
- Pagihari Siang hari
- Sore hari Malam hari
4. Jenis metode penyeduhan kopi apa yang Andasukai?
- Espresso Base Manual Brew
5. Tipe peminum kopi seperti apa anda?
- Pecandu kafeine Penyuka teknik *manual brew*
- Pemburu *latte art* *Social drinker*
- Frappucino fanatic
6. Berapa biaya yang Anda keluarkan sekali berkunjung ke *Coffee shop* pilihan Anda?
- <Rp 50.000 >Rp 100.000
- Rp 50.000 – Rp 100.000
7. Berapa seringkah rata-rata Anda berkunjung ke *Coffee shop*?
- 1-2 kali perminggu 5-7 kali perminggu
- 3-4 kali perminggu
8. Dengan siapa biasanya Anda berkunjung ke *Coffee shop*?
- Sendiri Keluarga
- Teman/Pasangan Rekan Bisnis
9. Dengan berapa orang biasanya Anda mengunjungi *Coffee shop*? (termasuk Anda)
- 1 – 2 orang 5 – 6 orang
- 3 – 4 orang > 6 orang
10. Setelah mengunjungi *Coffee shop* pilihan Anda, apakah Anda berniat untuk berkunjung kembali?
- Ya Tidak
11. Apa alasan utama Anda mengunjungi *Coffee shop* pilihan Anda? (pilih salah satu)

- Atmosfer/suasana Penilaian Coffee Shop
 Layanan Pramusaji Lokasi
 Produk Fasilitas

12. Berapa jarak *Coffee shop* dengan tempat tinggal anda?

- 1 km – 15 km 31 km – 46 km
 16 km – 30 km > 46 km

13. Berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk sampai di *Coffee shop*?

- 1 – 20 menit 41 – 60 menit
 21 – 40 menit > 60 menit

14. Berapa rata-rata waktu yang anda habiskan ketika berkunjung ke *Coffee shop*?

- 1 – 20 menit 41 – 60 menit
 21 – 40 menit > 60 menit

C. Daya Tarik Coffee Shop

Berilah tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang tertera pada kolom isian sesuai dengan selera Anda!

1 = Sangat Tidak Suka (STS), artinya kombinasi level atribut sangat tidak dikehendaki.

2 = Tidak Suka (TS), artinya level atribut tidak terlalu penting.

3 = Biasa (B), artinya kombinasi level atribut tersebut biasa saja.

4 = Suka (S), artinya kombinasi level atribut tersebut sangat diinginkan.

5 = Sangat Suka (SS), artinya kombinasi level atribut mutlak sangat dikehendaki.

a. Product

PREPERENSI

No	PERTANYAAN	SS	S	B	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Café shop yang memiliki banyak varian menu kopi					
2	Café shop yang memiliki banyak varian jenis kopi					
3	Cita rasa pahit penentu dari enak atau tidaknya kopi yang akan dibeli					
4	Cita rasa manis penentu dari enak atau tidaknya kopi yang akan dibeli					
5	Cita rasa asam penentu dari enak atau tidaknya kopi yang akan dibeli					

b. Price

PREFERENSI

No	PERTANYAAN	SS	S	B	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Penjualan jenis kopi berdasarkan harga yang ditetapkan					
2	Saya mendapatkan potongan harga saat membeli minuman kopi					
3	Saya mendapatkan diskon saat membeli minuman kopi					
4	Minuman Kopi memiliki perbandingan harga dengan jenis kopi lain					
5	Minuman Kopi dijual berdasarkan kualitasnya					

c. Lokasi Pembelian

PREFERENSI

No	PERTANYAAN	SS	S	B	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Lokasi pembelian minuman kopi dapat dijangkau					
2	Kenyamanan terhadap lokasi penjualan minuman kopi					
3	Persediaan transportasi disekitar penjualan minuman kopi					
4	Penjualan minuman kopi sangat dekat dengan pusat keramaian					
5	Penjualan minuman kopi berdasarkan ruang lingkup yang cukup luas					

d. Promosi

PREFERENSI

No	PERTANYAAN	SS	S	B	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Media penjualan (iklan) terhadap pembelian konsumen					
2	Promosi penjualan minuman kopi terhadap pembelian					
3	Penjualan minuman kopi diperlukan pemasaran langsung					
4	Pelayanan terhadap konsumen					
5	Gambaran informasi yang diberikan kepada konsumen Café Shop (papannama & logo)					

2. Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	usia	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan
1	M. Taufik	L	23	SMA	Wiraswasta
2	Ayunda Sari	P	20	SMA	Mahasiswa
3	Ilham Ginting	L	20	SMA	Wiraswasta
4	Dandi	L	19	SMA	Mahasiswa
5	Yudi	L	27	SMA	Wiraswasta
6	Dava	L	26	SMA	Wiraswasta
7	Fadli	L	25	SMA	Wiraswasta
8	M. Ripal	L	23	SMA	Wiraswasta
9	Santi Julpita	P	24	S1	Mahasiswa
10	Jaki	L	12	SD	Pelajar
11	M. Rizky	L	20	SMA	Wiraswasta
12	Dirfa Rianto	L	24	SMA	Wiraswasta
13	Jay	L	27	SMA	Wiraswasta
14	M. Putra Aditiya	L	25	S1	Wiraswasta
15	M. Rehan	L	25	S1	Wiraswasta
16	Aulia Angraini	P	20	SMA	Mahasiswa
17	Riki Aditia	L	19	SMP	Karyawan Swasta
18	M. Maulana Pasaribu	L	31	S1	Karyawan Swasta
19	Dini Alfina	P	22	S1	Wiraswasta
20	Anita Siregar	P	25	S1	Karyawan Swasta
21	Dimas	L	32	SMA	Wiraswasta
22	Harry Setiawan	L	37	S1	Wiraswasta
23	Nanda	L	27	SMA	Karyawan Swasta
24	Miftahul Husna	P	16	SMP	Pelajar
25	Kelvin Syahputra P	L	16	SMP	Pelajar
26	Milla Andriani	P	22	SMA	Karyawan Swasta
27	Albert Gulo	L	26	SMA	Karyawan Swasta
28	Nikita	P	21	SMA	Wiraswasta
29	Bambang	L	30	SMP	Wiraswasta
30	Ari	L	27	SMA	Karyawan Swasta

3. Produk dan harga

No	Nama	Jenis Kelamin	usia	Jenis Kopi (Atribut)	Nama kopi	Har
1	M. Taufik	L	23	Arabika	Cappuccino Dingin	2
2	Ayunda Sari	P	20	Arabika	Kopi Susu Aren	2
3	Ilham Ginting	L	20	Arabika	Sanger Espresso Dingin	2
4	Dandi	L	19	Robusta	Sanger	1
5	Yudi	L	27	Arabika	Cappuccino Panas	2
6	Dava	L	26	Robusta	Sanger	2
7	Fadli	L	25	Arabika	Cappuccino Dingin	2
8	M. Ripal	L	23	Arabika	Cappuccino Dingin	2
9	Santi Julpita	P	24	Robusta	Americano mango	2
10	Jaki	L	12	Robusta	Sanger	1
11	M. Rizky	L	20	Arabika	Sanger	2
12	Dirfa Rianto	L	24	Arabika	Sanger Espresso Panas	2
13	Jay	L	27	Arabika	Sanger Espresso Panas	2
14	M. Putra Aditiya	L	25	Robusta	Kopi Susu	2
15	M. Rehan	L	25	Arabika	Americano mango	2
16	Aulia Angraini	P	20	Arabika	Americano mango	2
17	Riki Aditia	L	19	Arabika	Cappuccino Panas	2
18	M. Maulana Pasaribu	L	31	Arabika	Kopi Susu Aren	2
19	Dini Alfina	P	22	Arabika	Kopi Susu Aren	2
20	Anita Siregar	P	25	Arabika	Sanger Espresso Panas	2
21	Dimas	L	32	Robusta	Sanger	1
22	Harry Setiawan	L	37	Robusta	Sanger	1
23	Nanda	L	27	Arabika	Americano mango	2
24	Miftahul Husna	P	16	Arabika	Kopi Susu Aren	2
25	Kelvin Syahputra P	L	16	Arabika	Cappuccino Panas	2
26	Milla Andriani	P	22	Robusta	Sanger	2
27	Albert Gulo	L	26	Robusta	Sanger	1
28	Nikita	P	21	Arabika	Cappuccino Dingin	2
29	Bambang	L	30	Arabika	Cappuccino Dingin	2
30	Ari	L	27	Arabika	Cappuccino Dingin	2

4. Nama Coffee dan Alamat Coffee di Teladan Barat

No.	Nama Coffee	Alamat
1	Warkop berkat bahagia	Jl. Sisimangaraa, Sitireo II, Kec. Medan Denai Barat.
2	Warkop kocan	Jl. Sisimangaraa, Kec. Medan Denai.
3	Coffee Timula	Jl. Dr. GM Panggabean, No. 14, Teladan Barat.
4	Warkop broken jaya	Jl. Sisimangaraa, Kec. Medan Kota.
5	Zeinara chofee shop	Jl. Pintu Air, Sitirejo I, Medan Denai.
6	Coffee Sobat	Jl. Teladan Barat, Kec. Medan Kota.
7	Coffee mas imam	Jl. Sisimangaraa, Kec. Medan Denai Barat.
8	Kedai kopi kombur	Jl. Sisimangaraa, Gg. Mesjid, Kec. Medan Denai.
9	Kep dan kopi	Jl. Sisimangaraa, No 132, Teladan Barat, Kec. Medan Kota.
10	Coffee King Alex	Jl. Baru, Teladan Barat, No 09, Kec. Medan Kota.

5. Hasil Skor Atribut

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P
1	4	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	
2	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	
3	4	3	5	4	5	5	3	4	4	5	4	
4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	
5	5	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	
7	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	
8	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	
9	3	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	
10	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	
11	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	5	
12	5	4	4	3	3	5	3	4	4	4	5	
13	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	
14	3	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	
15	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	
16	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	
17	3	3	5	5	3	4	5	5	4	4	3	
18	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	
19	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	
20	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	
21	3	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	
22	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	
23	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	
24	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5	
25	4	4	3	3	3	5	3	5	5	3	4	
26	4	3	3	5	3	5	3	5	4	3	3	
27	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	5	
28	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	5	
29	3	4	4	3	5	5	3	5	4	4	5	
30	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	

6. Hasil SPSS dari Skor Atribut

Overall Statistics

Utilities			
		Utility Estimate	Std. Error
Olahan_Produk	Campuran	-,006	,081
	Tidak Campuran	,006	,081
Cita_Rasa	Manis	,047	,108
	Pahit	,172	,126
	Asam	-,219	,126
Design_Tempat	Menarik	,073	,081
	Nyaman	-,073	,081
Harga	Mahal	,015	,081
	Murah	-,015	,081
Penyajian_Kopi	Panas	-,060	,081
	Dingin	,060	,081
Jenis_Kopi	Arabika	,006	,081
	Robusta	-,006	,081
(Constant)		3,961	,085

Importance Values	
Olahan_Produk	15,925
Cita_Rasa	33,793
Design_Tempat	15,510
Harga	8,401
Penyajian_Kopi	13,357
Jenis_Kopi	13,012
Averaged Importance Score	

Correlations ^a		
	Value	Sig.
Pearson's R	,602	,007

Kendall's tau	,417	,013
a. Correlations between observed and estimated preferences		

6. Dokumentasi

