

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KOPI
ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

MUHAMMAD EMIL ZULKARNAEN

NPM : 20220004

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**JUDUL : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KOPI
ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA**

NAMA : MUHAMMAD EMIL ZULKARNAEN

NPM : 20220004

PRODI : AGRIBISNIS

MENGETAHUI

Dosen Pembimbing 1



Ir. Endang Siswati, MM
NIK : 03380-ET

Dosen Pembimbing 2



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S W, MSI
NIP. 196204031988112001

**Dekan
Fakultas Pertanian**



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S W, MSI
NIP. 196204031988112001

**Ketua
Program studi**



Ristani Widya Iusti, S.P.M Agr
NIK : 21850-ET

LEMBAR REVISI

Telah Direvisi

Tanggal : 12 Januari 2024

**JUDUL : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KOPI ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA**

NAMA : MUHAMMAD EMIL ZULKARNAEN

NPM : 20220004

JURUSAN : AGRIBISNIS

FAKULTAS : PERTANIAN

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing 1



Ir. Endang Siswati, MM
NIK : 03380-ET

Dosen Pembimbing 2



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S W, MSI
NIP. 196204031988112001

Dosen Penguji 1



Ir. Erna Haryanti Koestedjo, M.MA
NIP. 195907201987032001

Dosen Penguji 2



Ristani Widya Inti, S.P.M. Agr
NIK : 21850-ET

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Emil Zulkarnaen

Alamat : JL Simo Pomahan 6 no 1

No.Tlp : 083851721486

NPM : 20220004

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Robusta Di Café Surabaya

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini termasuk laporan dan analisis data yang ada di dalamnya, adalah hasil dari penelitian, ide, dan justifikasi orisinil saya sendiri. Jikapun ada tulisan karya dari penulis lain, saya mengutipnya dengan jelas.

Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran didalamnya, saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima karena karya penelitian ini, serta sanksi yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sesungguhnya, bebas dari tekanan pihak manapun dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 12 ²⁰²⁴ Feb 2024



Muhammad Emil

Kata Pengantar

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW Berkat limpahan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “ Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Robusta Di Café Surabaya”.

Skripsi merupakan tugas akhir dari perjalanan intelektual yang panjang, penuh tantangan dan pengorbanan. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta inspirasi dalam perjalanan kami merampungkan penelitian ini. Terimakasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua dan keluarga besar saya, Atas segala doa, nasihat, kasih sayang pengorbanan, serta dukungan berupa moril maupun materil selama masa studi perkuliahan. Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu bentuk hormat dan bakti.
2. Dr.Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati MSi Selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Erna Haryanti, M.M.A. selaku ketua Program Studi Agribisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto, M.S.CRA Selaku dosen wali
5. Ir. Endang Siswati, MM. Selaku dosen pembimbing I
6. Dr.Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati MSi Selaku dosen pembimbing II
7. Teman- teman Pertanian yang sudah banyak membantu dalam perkuliahan
8. Terimakasih Kepada teman teman di sekitar yang telah memberikan ruang dan pembelajaran yang bermanfaat

9. Dan terimakasih kepada tim setara coffe yang sudah banyak membantu mengenai skripsi ini untuk menjadi otak/sebuah ide dalam menyarankan penulis membuat judul penelitian tersebut

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini telah dibuat semampunya dengan kekurangan dan keterbatasan penulis . Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga informasi dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dimasa depan

Muhammad Emil Zulkarnaen. NPM : 20220004. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya 2023. Analisis Preferensi Konsumen Kopi Robusta Di Café Surabaya. Pembimbing 1. Ir. Endang Siswati, MM. Pembimbing 2 Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, MSi

ABSTRAK

Penelitian berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Robusta Di Kota Surabaya bertujuan (1) untuk mengetahui perilaku dan karakter konsumen terhadap kopi robusta (2) untuk menganalisis hubungan antara atribut dengan tingkat konsumsi kopi robusta di kota Surabaya (3) untuk mengetahui atribut apa yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengkonsumsi kopi robusta di café Surabaya. Penelitian Dilaksanakan di Kota Surabaya. Teknik Sampling dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode Sampling Insidental / Accidental Sampling. Jumlah konsumen kopi robusta di tiap cafe Surabaya sebanyak 5 konsumen, sedangkan jumlah responden yang dipilih untuk penelitian ini adalah 50 responden dengan harapan responden tersebut representatif atau diharapkan dapat mewakili populasi konsumen kopi di kota Surabaya. Atribut yang dipakai adalah Rasa, Aroma dan Harga, Dari ke 3 Atribut Tersebut di uji menggunakan analisis chi square dan fishbein, Dari hasil chi square tersebut atribut Rasa Memiliki tingkat Sig 0,023 Atribut Aroma tingkat sig 0,710 Dan Atribut Harga tingkat sig 0,131. Dan dengan analisis fishbein penghitungan sikap terhadap objek. Masing-masing atribut memiliki nilai yang berbeda, atribut Rasa memiliki nilai pertimbangan 19 Atribut Aroma Memiliki nilai pertimbangan 16 Dan Atribut Harga memiliki nilai pertimbangan 14. Dari penelitian tersebut terdapat beberapa kesimpulan yaitu Kesimpulan bahwa Berdasarkan analisis Chi-Square, terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat konsumsi dengan atribut Kopi Robusta yang berupa RASA. Berdasarkan nilai sikap konsumen, Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi kopi robusta yaitu Rasa dan Aroma dengan nilai Rasa 19 (setuju) Aroma 16 (setuju) untuk harga dengan nilai 14 (netral). Dan Beberapa Saran Yaitu Pelaku industri kopi agar mendapatkan kopi robusta yang sesuai dengan selera konsumen maka hendaknya memperhatikan atribut-atributnya yaitu Rasa, Aroma dan Harga dari kopi robusta, Selain itu penjual juga harus memperhatikan kebersihan berjualan, takaran kopi agar rasa dan aromanya sesuai, tidak perlu bahan pengawet dan harus selektif dalam memilih biji kopi agar hasilnya memuaskan

Kata kunci :Kopi Robusta, Preferensi Konsumen, Analisis Chi-Square, Analisis Multiatribut Fishbein

**Muhammad Emil Zulkarnaen. NPM : 20220004. Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya 2023. Analisis
Preferensi Konsumen Kopi Robusta Di Café Surabaya. Pembimbing 1. Ir.
Endang Siswati, MM. Pembimbing 2 Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah
Wisnujati, MSi**

ABSTRACT

The study entitled Analysis of Consumer Preferences for Robusta Coffee in Surabaya City aims (1) to determine consumer behavior and character towards robusta coffee (2) to analyze the relationship between attributes and robusta coffee consumption levels in Surabaya City (3) to find out what attributes are most considered by consumers in consuming robusta coffee in Surabaya City. Research Conducted in Surabaya City. The sampling technique in this study was taken using the Incidental Sampling / Accidental Sampling method. The number of robusta coffee consumers in each Surabaya café is 5 consumers, while the number of respondents selected for this study is 50 respondents with the hope that these respondents are representative or expected to represent the coffee consumer population in the city of Surabaya. The attributes used are Taste, Aroma, and Price, Of the 3 Attributes tested using chi-square and Fishbein analysis, From the results of the chi-square the Taste attribute has a sig level of 0.023 Aroma attribute sig level of 0.710, and the Price attribute sig level 0.131. Fishbein analyzes the calculation of attitudes toward objects. Each attribute has a different value, the Taste attribute has a consideration value of 19 The Aroma attribute has a consideration value of 16 and the Price attribute has a consideration value of 14. From the study, there are several conclusions, namely the conclusion that based on Chi-Square analysis, there is a significant relationship between the level of consumption and the attributes of Robusta Coffee in the form of RASA. Based on the value of consumer attitudes, the attributes considered by consumers in consuming robusta coffee are Taste and Aroma with a value of Taste of 19 (agree) and Aroma of 16 (agree) for the price with a value of 14 (neutral). Some suggestions, namely Coffee industry players to get robusta coffee that suits consumer tastes, should pay attention to its attributes, namely the Taste, Aroma, and Price of robusta coffee, besides sellers must also pay attention to the cleanliness of selling, the dose of coffee so that the taste and aroma are appropriate, do not need preservatives and must be selective in choosing coffee beans so that the results are satisfactory

**Keywords: Robusta Coffee, Consumer Preferences, Chi-Square Analysis,
Fishbein Multiattribute Analysis**

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
LEMBAR REVISI	III
SURAT PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN	4
1.4 MANFAAT PENELITIAN	4
1.5 BATASAN PENELITIAN	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 KAJIAN TEORITIS	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Perilaku konsumen	6
2.1.3 Preferensi Konsumen	8
2.1.4 Atribut Produk	9
2.1.5 Keputusan Pembelian	10
2.2 ANALISIS CHI-SQUARE	10
2.3 ANALISIS MULTITRIBUT FISHBIEN	10
2.4 PENELITIAN TERDAHULU	11
2.5 KERANGKA KONSEPTUAL	16
2.6 HIPOTESIS	18
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 PENENTUAN LOKASI PENELITIAN	19
3.2 METODE PENENTUAN RESPONDEN	20
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA	20
3.4 METODE ANALISIS DATA	21
3.6 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	25
BAB 4 KEADAAN UMUM WILAYAH	28
4.1 TINJAUAN GEOGRAFIS	28
4.2 KARAKTERISTIK PENDUDUK SURABAYA	29
4.3 GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 DISTRIBUSI KONSUMEN BERDASARKAN LOKASI CAFÉ	36
5.2 KARAKTERISTIK KONSUMEN KOPI ROBUSTA	37

5.2.1 Karakteristik Konsumen Kopi Robusta Meninjau Jenis Kelamin	37
5.2.2 Karakteristik Konsumen Meninjau Kelompok Umur	37
5.2.3 Karakteristik Konsumen meninjau tingkat pendidikan Akhir.....	39
5.2.4 Karakteristik Konsumen Meninjau Pekerjaan	39
5.3 FREKUENSI PEMBELIAN.....	40
5.4 JUMLAH PEMBELIAN.....	41
5.5 KATEGORI KONSUMEN BERDASARKAN TINGKAT KONSUMSI KOPI ROBUSTA	42
5.6 ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT KONSUMSI DENGAN ATRIBUT KOPI ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA	42
5.6.1 Hubungan tingkat konsumsi dengan atribut Rasa kopi robusta ...	43
5.6.2 Hubungan Tingkat Konsumsi Dengan Atribut Aroma Kopi Robusta Di Surabaya Tahun 2023	44
5.6.3 Hubungan Tingkat Konsumsi Dengan Atribut Harga Kopi Robusta Di Surabaya Tahun 2023.....	46
5.7 KEYAKINAN DAN EVALUASI TERHADAP ATRIBUT KOPI ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA	47
5.8 SIKAP KONSUMEN TERHADAP KOPI ROBUSTA DI CAFÉ SURABAYA.....	49
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	50
6.1 KESIMPULAN	50
6.2 SARAN.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Chi-square Konsumsi kopi robusta Berdasarkan Atribut	22
Tabel 2 Contoh Papan Score Penilaian Konsumen	23
Tabel 3 Atribut Kopi Robusta	25
Tabel 4 Jumlah Penduduk Surabaya Tahun 2022	29
Tabel 5 Distribusi Konsumen Berdasarkan Lokasi Café di wilayah Surabaya Tahun 2023	36
Tabel 6 Karakteristik Konsumen Kopi Robusta Di Caffe Surabaya, Meninjau Jenis Kelamin, Tahun 2023	37
Tabel 7 Karakteristik Konsumen Meninjau Kelompok Umur	38
Tabel 8 karakteristik konsumen meninjau tingkat pendidikan akhir	39
Tabel 9 karakteristik konsumen meninjau tingkat pekerjaan	40
Tabel 10 Frekuensi Pembelian Kopi Robusta Oleh Konsumen Di Café Surabaya Tahun 2023	40
Tabel 11 Jumlah Pembelian Kopi Robusta Oleh Konsumen Di Café Surabaya Tahun 2023	41
Tabel 12 Distribusi Konsumen Berdasarkan Kriteria Tinggi Rendahnya Tingkat Konsumsi Kopi Robusta Di Café Surabaya Tahun 2023 ...	42
Tabel 13 Kontigensi Konsumen Kopi Robusta Berdasarkan Atribut Rasa Di Surabaya Tahun 2023	43
Tabel 14 Uji Signifikansi Atribut Rasa	44
Tabel 15 Kontingensi Konsumen Kopi Robusta Berdasarkan Atribut Aroma Di Surabaya Tahun 2023	45
Tabel 16 Uji Signifikansi Atribut Aroma	45
Tabel 17 Kontingensi Konsumen Kopi Robusta Berdasarkan Atribut Harga Di Surabaya Tahun 2023	46
Tabel 18 Uji Signifikansi Atribut Harga	47
Tabel 19 Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Kopi Robusta Di Café Surabaya Tahun 2023	48
Tabel 20 Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Kopi Robusta Di Café Surabaya Tahun 2023	48
Tabel 21 Hasil Analisis Terhadap Atribut Kopi Robusta Di Café Surabaya	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	18
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Identitas Konsumen	53
lampiran 2 Preferensi Konsumen	55
lampiran 3 Hasil Analisis Chi Square	57
lampiran 4 Keyakinan konsumen	58
lampiran 5 Evaluasi Konsumen	60
lampiran 6 Perilaku Beli Konsumen	62
lampiran 7 Perhitungan Keyakinan Dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Kopi Robusta	64