

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi”. Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sebagai pembawa rahmat dan hidayah-Nya, tidak lupa kepada keluarga, para sahabatnya dan sampai kepada kita selaku umatnya yang senantiasa menurunkan perjuangannya demi tegaknya islam di muka bumi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis dapat menemukan hambatan dan tantangan serta penulis menyadari betul bahwa hanya dengan doa, keikhlasan serta usaha Insya Allah akan diberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini. Demikian pula penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, baik dalam hal isi maupun sistematika dan teknik penulisannya sebagai suatu karya ilmiah, hal ini disebabkan oleh faktor keterbatasan penulis sebagai manusia yang masih berada dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan partisipasi aktif dari semua pihak berupa saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya tulis ini.

Sehubungan dengan hal itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pengerjaan skripsi ini, kepada :

1. Kedua orang tua terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti, yang selalu memotivasi untuk tidak putus asa dan menanamkan rasa semangat kepada penulis untuk terus maju dan berkarya.
2. Dr. Hj. Ida Hadiyah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.
3. Dedi Darusman, Ir., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.

4. Hj. Betty Rofatin, Ir., M.P. selaku Ketua Komisi yang telah memberikan bimbingan, nasehat, dukungan serta semangat sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Dedi Djuliansah, Ir., M.P. selaku Anggota Komisi yang telah memberikan motivasi, semangat, dan arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Eri Cahrial, Ir., M.P., selaku Wali Dosen atas segala bimbingan, nasihat, dukungan dan bantuannya.
7. Serta seluruh jajaran Dosen di Jurusan Agribisnis Universitas Siliwangi yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh staff SBAP Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.
9. PD. Mahkota Java Coffee serta seluruh staff yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melaksanakan penelitian dan membantu dalam pengkajian atau pemutusan pembelajaran.
10. Seluruh rekan – rekan seperjuangan jurusan Agribisnis Universitas Siliwangi angkatan 2014 khususnya kelas Agribisnis B yang telah banyak membantu dalam memberikan bantuan, motivasi, dukungan dan doanya.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua yang penulis telah sebutkan diatas maupun yang belum sempat ditulis. Akhir kata, meskipun telah bekerja dengan semaksimal mungkin, skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan. Harapan penulis kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembacannya dan diri pribadi penulis. Aamiin.

Tasikmalaya, Oktober 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1. Komoditi kopi .....	9
2.1.2. Arabika ( <i>Coffea Arabica. L</i> ) .....	10
2.1.3. Kopi Robusta ( <i>Coffea Canephora. L</i> ) .....	11
2.1.4. Kopi Luwak .....	12
2.1.5. Kopi Lanang .....	12
2.1.6. Proses Pasca Panen Secara Basah ( <i>Fully Washed</i> ) .....	13
2.1.7. Proses Pasca Panen Semi-basah ( <i>Semi-washed Process</i> ) .....	17
2.1.8. Proses Kopi Secara Kering ( <i>Dry Process</i> ) .....	20
2.1.9. Penyangraian ( <i>Roasting</i> ) .....	22
2.1.10. Perilaku Konsumen dan Bauran Pemasaran .....	24
2.1.11. Pemasaran .....	26
2.1.12. Pasar dan Pasar Kopi .....	27
2.1.13. Preferensi Konsumen .....	28
2.1.14. Penelitian Terdahulu .....	31
2.2. Pendekatan Masalah .....	33
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Rencana Penelitian .....	35
3.2. Metode penelitian .....	36
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data .....	36
3.4. Teknik Penarikan Sampel .....	36
3.5. Definisi dan Operasional Variabel .....	36
3.5.1. Definisi .....	36

3.5.2. Operasional Variabel .....	38
3.6. Kerangka Analisis .....	45
<b>IV. KEADAAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Profil PD. Mahkota Java Coffee .....	46
4.2. Matriks Kompetensi Jabatan dan Struktur Organisasi PD. Mahkota Java Coffee .....	46
4.2.1. Matriks Kompetensi Jabatan .....	46
4.2.2. Struktur Organisasi PD. Mahkota Java Coffee .....	47
4.3. Prasarana Milik PD. Mahkota Java Coffee .....	49
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
5.1. Karakteristik Konsumen Mahkota Java Coffee .....	51
5.1.1. Jenis Kelamin Konsumen Mahkota Java Coffee .....	51
5.1.2. Umur Konsumen Mahkota Java Coffee .....	51
5.1.3. Pekerjaan Konsumen Mahkota Java Coffee .....	51
5.1.4. Pendapatan Konsumen Mahkota java Coffee .....	52
5.2. Preferensi Konsumen di Mahkota Java Coffee .....	52
5.2.1. Jenis Kopi dan Kualitasnya .....	52
5.2.2. Preferensi Konsumen Memilih Proses Pengolahan, Tingkat Roasting dan Harga (kemasan).....	54
5.2.3. Promosi (kemasan) .....	64
5.2.4. Tempat .....	64
5.2.5. Pelayanan .....	65
<b>VI. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
6.1. Simpulan .....	66
6.2. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Luas Areal dan Produksi Kopi Menurut Status Pengusaha di Indonesia .....	2
2.	Volume dan Nilai Ekspor Kopi di Indonesia Tahun 2008-2016 .....	3
3.	Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2010-2016 .....	4
4.	Luas dan Produksi Tanaman Perkebunan Provinsi Jawa Barat Tahun 2015....	5
5.	Luas dan Produksi Tanaman Kopi Robusta Provinsi Jawa Barat Tahun 2015	6
6.	Rencana Waktu Penelitian .....	35
7.	Operasionalisasi Variabel .....	38
8.	Matriks Kompetensi Jabatan .....	47
9.	Umur Konsumen .....	51
10.	Pekerjaan Konsumen Mahkota .....	51
11.	Pendapatan Konsumen Mahkota Java Coffee .....	52
12.	Preferensi Promosi (kemasan) .....	64
13.	Preferensi Jarak Tempuh konsumen Terhadap Mahkota Java Coffee .....	64
14.	Preferensi Berdasarkan Lokasi Mahkota Java Coffee .....	65
15.	Preferensi Berdasarkan Pelayanan di Mahkota Java Coffee .....	65

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Perbandingan Luas Lahan dan Produksi Kopi di Indonesia .....	1
2.	Perbedaan Biji Kopi Robusta dan Biji Kopi Arabika .....	12
3.	Kopi Lanang .....	13
4.	Potongan Penampang Buah Kopi.....	14
5.	Tahapan Proses Kopi Secara Basah ( <i>Fully Washed</i> ) .....	14
6.	Tahapan Proses Kopi Secara Semi-basah ( <i>Semi-Washed</i> ) .....	17
7.	Tahapa Pasca Panen Kopi Secara Kering ( <i>Dry Process</i> ) .....	20
8.	Perbedaan Tingkatan Roasting Light, Medium, Dark.....	23
9.	Model Perilaku Konsumen ( <i>sumebr: Blackwell et al,2005</i> ).....	26
10.	Alur Kerangka Pemikiran.....	34
11.	Stuktur Organisasi PD. Mahkota Java Coffee .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Sarana Mutu PD. Mahkota Java Coffee .....	70
2.	Rencana Mutu PD. Mahkota Java Coffee .....	71
3.	Preferensi Konsumen Memilih Proses Pengolahan, Tingkat Roasting dan Harga (kemasan) .....	75
4.	Identitas Responden Konsumen Mahkota Java Coffee .....	82
5.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Pengolahan .....	83
6.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Jenis Kopi .....	84
7.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Tingkat Roasting .....	85
8.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Harga .....	86
9.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Promosi .....	87
10.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Tempat	
1.	Lokasi .....	88
11.	Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kopi Berdasarkan Pelayanan .....	89
12.	Kuesioner Penelitian .....	90
13.	Dokumentasi .....	95