

ABSTRAK
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINUMAN KOPI DI KAFE
KANE KUNINGAN JAWA BARAT

Oleh

Femil Apriliasari
NPM 225009072

Dosen Pembimbing:
Tenten Tedjaningsih
Tedi Hartoyo

Minuman kopi menjadi salah satu produk yang banyak diminati masyarakat dan telah menjadi bagian dari gaya hidup. Persaingan usaha kedai kopi yang semakin meningkat membuat pelaku usaha perlu memahami preferensi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian minuman kopi serta mengetahui preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut minuman kopi di Kafe Kane, Kabupaten Kuningan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 sampai Juni 2026 menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teori Roscoe dengan 60 responden yang memesan dan pernah membeli minuman kopi di Kafe Kane minimal satu kali. Analisis Multiatribut Fishbein digunakan untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen, sedangkan analisis konjoin digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut minuman kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian minuman kopi yaitu rasa, varian minuman kopi, jenis kopi, harga, aroma, dan kemasan. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa kombinasi atribut minuman kopi yang paling disukai konsumen yaitu menggunakan jenis kopi arabika, rasa manis, harga Rp15.000–Rp22.000, aroma kuat, varian Kopsus Cizz Cream, dan kemasan berupa botol.

Kata kunci: Preferensi konsumen, atribut minuman kopi, sikap konsumen.

ABSTRACT
CONSUMER PREFERENCES FOR COFFEE DRINKS AT KANE
KUNINGAN CAFE WEST JAVA

By:

Femil Apriliasari
NPM 225009072

Supervisor:
Tenten Tedjaningsih
Tedi Hartoyo

Coffee drinks are one of the products that are in great demand by the public and have become part of the lifestyle. The increasing competition in coffee shop businesses makes business actors need to understand consumer preferences for the products offered. This study aims to analyze the attributes that consumers consider most in purchasing coffee drinks and find out consumer preferences for combinations of coffee drink attributes at Kafe Kane, Kuningan Regency. The research was carried out from October 2025 to June 2026 using a survey method. The sampling technique used Teory Roscoe with 60 respondents who ordered and had bought coffee drinks at Kafe Kane at least once. Fishbein's Multiattribute analysis is used to find out the attributes that consumers consider the most, while conjoint analysis is used to find out consumers' preferences for combinations of coffee drink attributes. The results of the study show that the attributes that consumers consider most in purchasing coffee drinks are the taste, variant of the coffee drink, type of coffee, price, aroma, and packaging. The results of the combined analysis showed that the combination of the attributes of coffee drinks that consumers most liked was using the type of Arabica coffee, sweetness, price of IDR 15,000-IDR 22,000, strong aroma, Kopsus Cizz Cream variant, and packaging in the form of a bottle.

Keywords: *Consumer preferences, coffee drinks attributes, consumer attitude.*