

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
KOPI SUSU DI COFFEE SHOP SUNDAY FESTIVAL  
BANJARBARU**



**AAHMES RAFI GANI**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU**

**2024**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
KOPI SUSU DI COFFEE SHOP SUNDAY FESTIVAL  
BANJARBARU**

Oleh

AAHMES RAFI GANI

NIM 1810514210050

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Pada  
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU**

**2024**

## RINGKASAN

**AAHMES RAFI GANI.** Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kopi Susu Coffee Shop Sunday Festival Banjarbaru, di bawah bimbingan UMI SALAWATI dan NURMELATI SEPTIANA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan pertimbangan keputusan konsumen dalam membeli produk kopi susu *Coffee Shop* Sunday Festival Banjarbaru. Penelitian ini berlokasi di *Coffee Shop* Sunday Festival Banjarbaru. Waktu penelitian dimulai dari bulan Agustus 2023 sampai dengan Desember 2023. Periode pengambilan dan perhitungan data dilakukan pada bulan Desember 2023. Penetapan responden adalah yang pernah membeli dan mengkonsumsi kopi susu *Cremee Brulee* dan *Tiramisu*. Jumlah sampel sebanyak 50 orang diambil dengan metode *accidental sampling*.

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari karakteristik responden, perilaku konsumen, preferensi terhadap atribut kopi susu dan atribut yang dianggap penting oleh responden. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui preferensi dan pertimbangan keputusan konsumen, dengan menggunakan analisis multiatribut *Fishbein*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut kopi susu *Cremee Brulee* dan *Tiramisu* yang menjadi preferensi konsumen yaitu rasa sedang, harga sedang, sajian cukup, promosi melalui sosial media cukup.. Sedangkan pertimbangan atribut dalam keputusan pembelian kopi susu *Cremee Brulee* diurutkan dari nilai sikap tertinggi hingga terendah yaitu promosi melalui sosial media dengan (Ao) sebesar 14,43, rasa dengan (Ao) sebesar 14,21, sajian dengan (Ao) sebesar 13,17, Harga dengan (Ao) sebesar 10,94. Sedangkan pertimbangan atribut dalam keputusan pembelian kopi susu *Tiramisu* diurutkan dari nilai sikap tertinggi hingga terendah yaitu promosi melalui sosial media dengan (Ao) sebesar 14,74, rasa dengan (Ao) sebesar 13,90, sajian dengan (Ao) sebesar 13,10, harga dengan (Ao) sebesar 11,60.

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap  
Produk Kopi Susu di Coffee Shop Sunday  
Festival Banjarbaru  
Nama : Aahmes Rafi Gani  
NIM : 1810514210050  
Program Studi : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing:

Anggota,

Ketua,



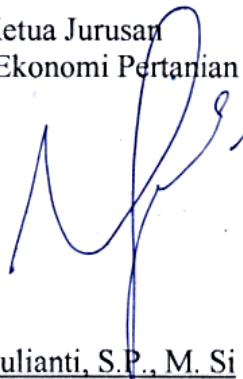
Nurmelati Septiana, S.P., M.Si  
NIP. 19810905 200501 2 003



Ir. Umi Salawati M.Si  
NIP. 19650706 198903 2 001

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Mira Yulianti, S.P., M. Si  
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal lulus: 12 Januari 2024

# SERTIFIKAT

Nomor : III /UN8.1.23/SP/2024

Sertifikat ini diberikan kepada:

**AAHMES RAFI GANI**

NIM : 1810514210050

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

**18%**

Banjarbaru, 21 Februari 2024

s.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Ir. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM.

NIP. 197308071998031003

## RIWAYAT HIDUP



**Aahmes Rafi Gani**, dilahirkan di Sampit Kalimantan Tengah, pada tanggal 29 September 2000 sebagai putra tunggal, dari pasangan Bapak H.Rifat dan Ibu Nurlinah. Pada tahun 2012 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu Arafah Sampit, kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Sampit dan lulus pada tahun 2015.

Kemudian pada tahun 2018 menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Sampit dengan mengambil jurusan IPA. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat untuk Strata 1 (S1) Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dengan program studi Agribisnis melalui Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama berkuliah, penulis pernah mengikuti kepanitiaan HUT Sosek dan pernah ikut serta dalam Pusaka Hijau Journalism Training. Kemudian penulis juga mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) *Hybrid* ULM pada tanggal 1 Juli hingga 31 Juli 2021 di Kelurahan Loktabat Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru.

Pada september 2023, penulis merancang penelitian dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kopi Susu di *Coffee Shop* Sunday Festival Banjarbaru. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2023, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapata menyelesaikan studi di program studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian di Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Rifat dan Ibu Nurlinah) yang telah memberikan doa, dukungan, cinta, kasih sayang dan segalanya yang tak ternilai harganya.
2. Ibu Ir. Umi salawati M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nurmelati Septiana, S.P.,M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasehat, motivasi serta berbagi ilmu pengetahuan selama proses penyusunan dan penulisan skripsi.
3. Seluruh Staff Dosen dan Karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi selama perkuliahan
4. Bapak Anshari selaku pemilik usaha *Coffee Shop* Sunday Festival Banjarbaru yang telah membantu dan memberikan wawasan serta pengalaman selama melakukan penelitian
5. Keluarga besar Agribisnis 2018 yang telah memberikan dukungan selama ini

Banjarbaru, Desember 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

Nomor	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	iii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	6
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Kopi .....	7
Kopi Susu .....	7
Perilaku Konsumen.....	9
Sikap Konsumen.....	10
Preferensi Konsumen.....	12
Atribut Produk .....	13
Penelitian Terdahulu.....	17
METODE PENELITIAN.....	19
Tempat dan Waktu.....	19
Sumber Data .....	19
Metode Penarikan Contoh .....	19
Definisi Operasional.....	20
Analisis Data.....	20
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
Karakteristik Konsumen .....	29



## Halaman

Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Susu Cremee Brulee dan Tiramisu.....	33
Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kopi Susu Cremee Brulee dan Tiramisu.....	36
KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
Kesimpulan.....	44
Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	40

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2021 .....	3
2. Standar penilaian ( <i>scoring</i> ) dengan skala <i>likert</i> .....	20
3. Atribut dan level.....	22
4. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	29
5. Karakteristik konsumen berdasarkan usia.....	30
6. Karakteristik konsumen berdasarkan tempat tinggal .....	30
7. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan/uang saku.....	31
8. Karakteristik konsumen berdasarkan profesi .....	32
9. Karakteristik konsumen berdasarkan alasan membeli .....	32
10. Atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen kopi susu Cremee Brulee dan Tiramisu.....	33
11. Kategori tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi kepentingan responden terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee dan Tiramisu .....	37
12. Kategori nilai sikap (Ao) terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee dan Tiramisu .....	38
13. Nilai dan kategori kepercayaan (bi) terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee .....	38
14. Nilai dan kategori kepercayaan (bi) terhadap atribut kopi susu Tiramisu ....	39
15. Nilai dan kategori kepentingan (ei) terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee .....	40
16. Nilai dan kategori kepentingan (ei) terhadap atribut kopi susu Tiramisu....	40
17. Nilai sikap konsumen (Ao) terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee dan Tiramisu .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Keadaan <i>coffeeshop</i> Sunday Festival pada sore hari.....	5
2. Keadaan <i>coffeeshop</i> Sunday Festival pada malam hari .....	5
3. Produk kopi susu Creeme Brulee .....	25
4. Produk kopi susu Tiramisu.....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Identitas responden.....	49
2. Analisis <i>fishbein</i> atribut yang menjadi preferensi kopi susu Cremee Brulee.....	54
3. Analisis <i>fishbein</i> atribut yang menjadi preferensi kopi susu Tiramisu .....	57
4. Kepercayaan/kepercayaan dan evaluasi terhadap atribut kopi susu Cremee Brulee.....	60
5. Keyakinan/kepercayaan dan evaluasi terhadap kopi susu Tiramisu .....	63
6. Perhitungan keyakinan konsumen terhadap kopi susu Cremee Brulee .....	66
7. Perhitungan evaluasi konsumen terhadap kopi susu Cremee Brulee.....	67
8. Nilai sikap konsumen terhadap kopi susu Cremee Brulee.....	68
9. Perhitungan keyakinan konsumen terhadap kopi susu Tiramisu .....	69
10. Perhitungan evaluasi konsumen terhadap kopi susu Tiramisu .....	70
11. Nilai sikap konsumen terhadap kopi susu Tiramisu .....	71