

TESIS

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN
GERAI MINUMAN KOPI WARALABA DAN NON-WARALABA
DI KOTA BANJARBARU**



EKA FAKHRINA

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2026

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN
GERAI MINUMAN KOPI WARALABA DAN NON-WARALABA
DI KOTA BANJARBARU**

**EKA FAKHRINA
NIM 2220524320071**

**Tesis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Pertanian pada
Program Studi Magister Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Fakhрина
Nomor Induk Mahasiswa : 2220524320071
Program Studi Pascasarjana : Ekonomi Pertanian,
Universitas Lambung Mangkurat

Menyatakan bahwa penelitian yang saya buat dengan judul “**Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pemilihan Gerai Minuman Kopi Waralana dan Non-Waralaba di Kota Banjarbaru**” merupakan hasil gagasan dan karya sendiri di bawah arahan komisi pembimbing, kecuali yang jelas ditunjukkan rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir tesis ini.

Banjarbaru, Mei 2026

Yang membuat Pernyataan



Eka Fakhрина

NIM. 2220524320071

RINGKASAN

EKA FAKHRINA. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pemilihan Gerai Minuman Kopi Waralaba dan Non-Waralaba di Kota Banjarbaru di bawah bimbingan Nuri Dewi Yanti dan Yusuf Azis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen produk minuman kopi dan menganalisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih gerai minuman kopi waralaba dan non-waralaba di Kota Banjarbaru. Penelitian dilaksanakan di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan pada Bulan November 2025 hingga Januari 2026. Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden menggunakan kuesioner pada dua gerai minuman kopi, yaitu gerai minuman kopi waralaba Janji Jiwa Jilid 344 yang beralamat di Jalan Nangka Banjarbaru dan gerai minuman kopi non-waralaba Kala cabang Banjarbaru yang beralamat di Jalan R.P. Soeparto Banjarbaru Utara. Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* terhadap 110 responden, masing-masing 55 orang dari setiap gerai. Analisis faktor digunakan untuk melihat korelasi antar variabel keputusan pembelian yang terdiri dari 22 variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen gerai kopi waralaba (Janji Jiwa) didominasi oleh laki-laki (61,82%) dengan rentang umur 22–28 tahun, berpendidikan SMA dan Sarjana, dengan pengeluaran untuk membeli kopi \leq Rp300.000 per bulan. Sedangkan konsumen gerai kopi non-waralaba (Kala) didominasi oleh perempuan (61,82%) dengan karakteristik serupa pada umur, pendidikan, dan pengeluaran. Preferensi konsumen terhadap gerai kopi waralaba di Kota Banjarbaru dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu atribut Mobilitas dengan nilai eigenvalues 42,38%, atribut Desain dengan nilai eigenvalues 12,56%, serta atribut Mutu dengan nilai eigenvalues 10,34%, yang digabungkan (*cumulative eigenvalues*) menjadi 65,28% menjelaskan preferensi konsumen gerai waralaba, sedangkan 34,72% dijelaskan oleh faktor di luar ketiga faktor tersebut. Adapun preferensi konsumen terhadap gerai kopi non-waralaba dipengaruhi oleh atribut Nilai dengan nilai eigenvalues 35,85%, atribut Organoleptik dengan nilai eigenvalues 27,32%, serta atribut Aksesibilitas dengan nilai eigenvalues 11,88%, yang secara kumulatif menjelaskan 75,05% preferensi konsumen gerai non-waralaba.

Kata kunci : preferensi konsumen, kopi, waralaba, analisis faktor

SUMMARY

EKA FAKHRINA. Analysis of Consumer Preferences for Choosing Franchise and Non-Franchise Coffee Drink Shops in Banjarbaru City, supervised by Nuri Dewi Yanti and Yusuf Azis.

This study aimed to analyze consumer characteristics and the factors influencing consumer preferences in choosing franchise and non-franchise coffee drink shops in Banjarbaru City. The research was conducted in Banjarbaru City, South Kalimantan Province, from November 2025 to January 2026. Primary and secondary data were used. Primary data were collected directly from respondents through questionnaires at two coffee shops: Janji Jiwa Jilid 344 coffee shop on Jalan Nangka Banjarbaru, and Kala coffee shop on Jalan R.P. Soeparto, North Banjarbaru. Samples were selected using accidental sampling with a total of 110 respondents, 55 from each shop. Factor analysis was applied to identify the correlation among 22 purchasing decision variables.

The results indicated that consumers at the franchise coffee shop (Janji Jiwa) were predominantly male (61.82%), aged 22–28 years, with senior high school and undergraduate education, and monthly coffee expenditure of \leq IDR 300,000. Consumers at the non-franchise coffee shop (Kala) were predominantly female (61.82%) with similar age, education, and expenditure profiles. Consumer preferences at the franchise coffee shop were influenced by three main factors: Mobility attributes with an eigenvalue of 42.38%, Design attributes at 12.56%, and Quality attributes at 10.34%, which cumulatively (cumulative eigenvalues) account for 65.28% of variance, while the remaining 34.72% is explained by other factors. Meanwhile, consumer preferences at the non-franchise coffee shop were driven by Value attributes at 35.85%, Organoleptic attributes at 27.32%, and Accessibility attributes at 11.88%, cumulatively explaining 75.05% of consumer preference variance.

Keywords : consumer preferences, coffee, franchise, factor analysis

Judul Tesis : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pemilihan Gerai Minuman Kopi Waralaba dan Non-Waralaba di Kota Banjarbaru

Nama : Eka Fakhrina

NIM : 2220524320071

Disetujui,
Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota



Ir. Nuri Dewi Yanti, M.Sc, Ph.D
NIP. 19621209 198803 2 002



Dr. Ir. Yusuf Azis, M.Sc
NIP. 19630524 198903 1 003


Diketahui

Magister Ekonomi Pertanian

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Sadik Ikhsan DAD, M.Sc.
NIP 196403141989031004



Prof. Akhmad Rizal Saidy, SP., M.A., Sc., Ph.D, IPM
NIP 196904251995121001

Tanggal lulus: 16 April 2026

Tanggal wisuda:

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

NOMOR : 016/UN8.1.23/DV.02.05/2026

Sertifikat ini diberikan kepada:

EKA FAKHRINA

Dengan Judul Tesis :

Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pemilihan Gerai Minuman Kopi Waralaba dan Non-Waralaba di Kota Banjarbaru

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi $\leq 20\%$, dan dinyatakan Bebas dari Plagiasi.

Banjarbaru, 8 Juni 2026

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Prof. Dr. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM #

NIP. 197208071998031003



KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas berkat dan RahmatNya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pemilihan Gerai Minuman Kopi Waralaba dan Non-Waralaba di Kota Banjarbaru”**.

Penyusunan usulan penelitian ini banyak mendapat dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ir. Nuri Dewi Yanti, M.Sc, Ph.D selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Dr. Ir. Yusuf Azis, M.Sc selaku anggota pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dari pembuatan proposal hingga selesainya tesis ini.
2. Orangtua tercinta, suami terkasih dan putri-putri tersayang.
3. Koprodi MEP, seluruh tim dosen, dan staf fakultas pertanian atas dukungan dan motivasinya hingga tesis ini selesai.
4. Teman-teman Prodi Magister Ekonomi Pertanian Angkatan 2022 yang selalu memberikan semangat, motivasi dan masukan dalam proses pembuatan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih ada kekurangannya, namun dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berharap mudah-mudahan penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Banjarbaru, Mei 2026

Penulis

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Banjarmasin pada tanggal 31 Januari 1989 sebagai putri pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Ir. H. Khairul Muis dan Ibu Ir. Faulina. Penulis lulus dari TK Islam Al-Ikhwah Pontianak tahun 1995, SDN Melayu 9 Banjarmasin tahun 2001, SMPN 1 Banjarbaru tahun 2004 dan SMAN 1 Banjarbaru tahun 2007 dan melanjutkan studi ke Prodi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat di Banjarbaru melalui jalur SPMB. Tahun 2012 penulis lulus S1 dan melanjutkan S2 Magister Ekonomi Pertanian di tahun 2022. Penulis pertama kali bekerja di perusahaan HINO sejak tahun 2012 - 2013, kemudian beralih bekerja di Pemerintahan Provinsi Kalsel tepatnya di Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (BALITBANGDA) sejak tahun 2013 – 2019, namun sekarang telah berubah nomenklatur menjadi BRIDA (Badan Riset dan Inovasi Daerah) dan saat ini penulis sedang bekerja di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan PemProv. Kalimantan Selatan.

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
SUMMARY ..	ii
KATA PENGANTAR.....	i
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI .	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Kopi.....	5
Gerai Minuman Kopi	5
Preferensi Konsumen	7
Bisnis Waralaba dan Non-Waralaba	7
Atribut analisis faktor.....	9
Penelitian Terdahulu	11
Kerangka Berpikir.....	12
LANDASAN TEORI	14
Analisis Faktor	14
Tahapan Analisis Faktor	16
Keputusan Pembelian dan Faktor Utama yang Menentukannya	18
METODE PENELITIAN	21
Tempat dan Waktu Penelitian	21
Jenis dan Sumber Data	21

Metode Pengambilan Contoh.....	21
Analisis Data	21
Definisi Operasional	23
HASIL DAN PEMBAHASAN	24
Karakteristik Responden	24
Waralaba	24
Jenis Kelamin.....	24
Umur	24
Pekerjaan.....	25
Pendidikan Terakhir.....	25
Pengeluaran perbulan.....	26
Jumlah anggota keluarga	27
Jumlah pembelian kopi	27
Frekuensi pembelian kopi (hari biasa).....	27
Frekuensi pembelian hari besar	28
Tujuan membeli minuman kopi.....	29
Alasan mengkonsumsi kopi	30
NON WARALABA.....	31
Jenis Kelamin.....	31
Umur	31
Pekerjaan.....	32
Pendidikan Terakhir.....	32
Pengeluaran perbulan.....	33
Jumlah anggota keluarga	33
Jumlah pembelian kopi	34
Frekuensi pembelian kopi (hari biasa).....	34
Frekuensi pembelian hari besar	35
Tujuan saya membeli minuman kopi.....	36
Alasan mengkonsumsi kopi	37
Preferensi Konsumen terhadap pemilihan gerai kopi	38
Waralaba	38
Faktor atribut Mobilitas	40
Faktor atribut Desain	41

Faktor atribut Mutu.....	43
Non Waralaba	44
Faktor atribut Nilai.....	46
Faktor atribut Organoleptik	47
Faktor atribut Aksesibilitas.....	48
KESIMPULAN DAN SARAN	50
Kesimpulan	50
Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jenis kelamin responden.....	24
Tabel 2. Umur responden	25
Tabel 3. Pekerjaan responden.....	25
Tabel 4. Pendidikan terakhir responden	26
Tabel 5. Pengeluaran perbulan responden.....	26
Tabel 6. Jumlah anggota keluarga responden.....	27
Tabel 7. Tujuan membeli kopi (waralaba).....	29
Tabel 8. Jenis kelamin responden.....	31
Tabel 9. Umur responden	32
Tabel 10. Pekerjaan responden.....	32
Tabel 11. Pendidikan terakhir responden	33
Tabel 12. Pengeluaran perbulan responden.....	33
Tabel 13. Jumlah anggota keluarga responden.....	34
Tabel 14. Tujuan membeli kopi (non waralaba).....	36
Tabel 15. KMO and Bartlett's Test waralaba (iterasi 1)	38
Tabel 16. KMO and Bartlett's Test waralaba (iterasi 2)	38
Tabel 17. KMO and Bartlett's Test waralaba (iterasi 3)	39
Tabel 18. Faktor atribut fisik dan aksesibilitas gerai.....	41
Tabel 19. Faktor atribut produk dan estetika	42
Tabel 20. Faktor atribut layanan dan nilai.....	43
Tabel 21. KMO and Bartlett's Test waralaba (iterasi 1)	44

Tabel 22. KMO and Bartlett's Test waralaba (iterasi 2)	44
Tabel 23. Faktor atribut harga, pelayanan dan aksesibilitas.....	46
Tabel 24. Faktor atribut produk dan karakteristik sensorik.....	48
Tabel 25. Faktor atribut fisik dan lokasi gerai.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 1. Kerangka Berpikir	12
Tabel 2. Frekuensi pembelian kopi pada hari biasa.....	27
Tabel 3. Frekuensi pembelian kopi pada hari besar	28
Tabel 4. Alasan mengkonsumsi kopi.....	29
Tabel 5. Frekuensi pembelian kopi pada hari biasa.....	34
Tabel 6. Frekuensi pembelian kopi pada hari besar	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Anti image	57
Lampiran 2. Anti image iterasi 2	60
Lampiran 3. Anti image 3 (fix).....	63
Lampiran 4. Total variance explained (waralaba)	63
Lampiran 5. Scree plot (waralaba)	67
Lampiran 6. Component matrix (waralaba)	68
Lampiran 7. Rotated component matrix (waralaba).....	69
Lampiran 8. Anti image (non waralaba).....	70
Lampiran 9. Anti image iterasi 2	73
Lampiran 10. Total variance explained (non waralaba)	76
Lampiran 11. Scree plot (non waralaba)	77
Lampiran 12. Component matrix (non waralaba)	78
Lampiran 14. Rotated component matrix (non waralaba).....	79