

ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEDAI KOPI DI KECAMATAN TEMANGGUNG DENGAN METODE *FISHBEIN* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen yang mengunjungi kedai kopi di Kecamatan Temanggung, menganalisis sikap dan perilaku konsumen terhadap atribut kedai kopi, menyusun usulan strategi berdasarkan penilaian performa kedai kopi dari konsumen..

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi, penyebaran kuesioner, studi kepustakaan, dan juga pendokumentasian. Hasil penelitian dianalisis menggunakan metode Model *Fishbein* dan *Importance Performance Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Karakteristik mayoritas konsumen yang mengunjungi kedai kopi yaitu laki-laki berusia 23-28 tahun dengan riwayat pendidikan lulusan SMA/MAN/ sederajat yang berprofesi sebagai karyawan swasta dengan pendapatan/bulan sebesar Rp. 1.800.000 – Rp. 3.600.000. Mayoritas konsumen datang ke kedai kopi bersama teman, dengan frekuensi konsumsi kopi 1-2 kali per minggu, dengan sumber informasi kedai kopi dari teman, 2) Nilai sikap dan perilaku konsumen masuk dalam kategori sangat positif dengan nilai sebesar 265 dan 160.09, 3) Usulan strategi yang dapat dilakukan adalah: pihak kedai kopi dapat terus memperluas dan meningkatkan volumen penjualan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, melakukan sosialisasi kepada juru parkir terkait pelayanan parkir untuk setiap pengunjung, mengevaluasi kapasitas lahan parkir mereka dengan lebih detail terkait data luas lahan parkir dan jam-jam ramai pengunjung, melakukan peningkatan kecepatan *wi-fi* yang digunakan, Melakukan pemeliharaan dan pengecekan rutin *wi-fi* yang digunakan dan Meningkatkan promosi produk khususnya melalui media internet..

Kata kunci: Kedai Kopi Temanggung, Sikap dan Perilaku Konsumen, Fishbein, IPA

***ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDE AND BEHAVIOR TOWARD COFFEE
SHOPS IN TEMANGGUNG SUB-DISTRICT USING FISHBEIN AND
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHODS***

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of consumers who visit coffee shops in Temanggung Regency, analyze consumer attitudes and behavior towards coffee shop attributes, and develop strategies proposals based on the assessment of coffee shop performance from consumers.

The data collection methods used in this study were observation, questionnaire distribution, literature study, and documentation. The results of the study were analyzed using the Fishbein Model and Importance Performance Analysis methods.

The results showed that 1) The characteristics of the majority of consumers who visit coffee shops are men aged 23-28 years with an educational history of high school / MAN / equivalent graduates who work as private employees with a monthly income of Rp. 1,800,000 - Rp. 3,600,000. The majority of consumers come to coffee shops with friends, with a frequency of coffee consumption of 1-2 times per week, with a source of information on coffee shops from friends, 2) The value of consumer attitudes and behavior is in a very positive category with a value of 265 and 160.09, 3) Proposed strategies that can be done are: The coffee shop can continue to expand and increase sales volume, maintain and improve the quality of services provided, conduct socialization to parking attendants regarding parking services for each visitor, evaluate the capacity of their parking lots in more detail related to parking lot area data and peak visitor hours, increase the speed of wi-fi used, Perform routine maintenance and checking of wi-fi used and Increase product promotion, especially through internet media....

Keywords: Temanggung Coffee Shop, Consumer Attitude and Behavior, Fishbein, IPA