

## **KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN KOPI ROBUSTA INDONESIA DI KAFE KOTA KEDIRI**

**Raihan Bagus Widyanto<sup>1</sup>, Dwidjono Hadi Darwanto<sup>2</sup>, Fatkhiyah Rohmah<sup>3</sup>**

Program Studi Ekonomi Pertanian dan Agribisnis

Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

Email: [raihanbagus@mail.ugm.ac.id](mailto:raihanbagus@mail.ugm.ac.id)

### **INTISARI**

Industri kopi di Kediri mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan di wilayah Kediri. Perkembangan ini disebabkan adanya pergeseran gaya hidup yang menjadikan kedai kopi tidak hanya sebagai tempat untuk minum kopi namun juga sebagai tempat nongkrong bersama teman/rekan kerja, tempat untuk mengerjakan tugas, serta *meeting point* para pelaku bisnis. Hal tersebut mendorong para pelaku bisnis kopi untuk mengembangkan produknya agar sesuai dengan selera konsumen. Pemahaman akan atribut produk dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dapat membantu para pelaku usaha kopi robusta dari hulu hingga hilir dalam mengambil langkah yang tepat dalam menanam, mengolah dan memasarkan kopi robusta yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk 1) Mengkaji atribut-atribut produk kopi robusta lokal Indonesia yang dapat memengaruhi keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri, 2) Mengkaji atribut produk kopi robusta lokal Indonesia yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri, dan 3) Mengkaji faktor lain (persepsi responden terhadap usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, pelayanan, fasilitas, dan lokasi) yang memengaruhi keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis *cochran's*, multiatribut *Fishbein*, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini memilih atribut rasa, aroma, teknik *roasting*, asal daerah, dan harga sebagai atribut yang memengaruhi keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri. Berdasarkan pengujian menggunakan multiatribut *fishbein* didapatkan bahwa atribut rasa menjadi atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri. Faktor selain atribut yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi robusta lokal Indonesia di Kota Kediri adalah persepsi responden terhadap usia dan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan.

Kata kunci: keputusan pembelian, perilaku konsumen, atribut produk, faktor selain atribut produk.

## **CONSUMER DECISION ON PURCHASING INDONESIAN ROBUSTA COFFEE IN KEDIRI CITY'S CAFES**

**Raihan Bagus Widyanto<sup>1</sup>, Dwidjono Hadi Darwanto<sup>2</sup>, Fatkhiyah Rohmah<sup>3</sup>**

Program Studi Ekonomi Pertanian dan Agribisnis

Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

Email: [raihanbagus@mail.ugm.ac.id](mailto:raihanbagus@mail.ugm.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The coffee industry in Kediri has developed quite significantly, and this can be proven by the many coffee shops that have sprung up in the Kediri area. This development was due to a shift in lifestyle which made coffee shops not only a place to drink coffee but also a place to hang out with friends/co-workers, a place to do assignments, and a meeting point for business people. This lifestyle encourages coffee shop owners to develop products to suit consumer tastes. An understanding of product attributes and factors that influence purchasing decisions can help robusta coffee farming businesses from upstream to downstream in taking the proper steps in planting, processing, and marketing robusta coffee according to consumers' wishes. The aims of this study were to 1) Assess the attributes of local Indonesian robusta coffee products that can influence purchasing decisions for Indonesian local Robusta coffee in Kediri City, 2) Assess the attributes of Indonesian local Robusta coffee products that consumers most consider in purchasing decisions for Indonesian local Robusta coffee in Kediri City, and 3) Assessing other factors (respondents' perceptions of age, gender, education level, occupation, income, service, facilities, and location) that influence purchasing decisions for local Indonesian Robusta coffee in Kediri City. The method used in this study is a quantitative descriptive method using Cochran's analysis, multi-attribute Fishbein, and multiple linear regression analysis. The results showed that the respondents in this study chose the attributes of taste, aroma, roasting technique, region of origin, and price as attributes that influenced their purchasing decisions for local Indonesian Robusta coffee in Kediri City. Based on testing using the Fishbein multi-attribute, it was found that the taste attribute is the attribute most considered by consumers in purchasing decisions for Indonesian local Robusta coffee in Kediri City. Factors other than attributes that have a significant effect on purchasing decisions for Indonesian local Robusta coffee in Kediri City are respondents' perceptions of age and respondents' perceptions of service quality*

*Keywords: purchasing decisions, consumer behavior, product attributes, factors other than product attributes.*