



INTISARI

Meningkatnya nilai konsumsi kopi menjadikan bisnis kedai kopi menjadi salah satu usaha yang menarik dan memiliki prospek menguntungkan, tak terkecuali di Kabupaten Sleman. Salah satu varian menu kopi di kedai kopi adalah kopi gula aren. Banyaknya kedai kopi menjadikan perlunya memahami mengenai keputusan pembelian konsumen akan produk kopi gula aren. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian kopi gula aren, dan (2) mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi gula aren. Penelitian dilakukan di Kalurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah responden sebanyak 60 orang konsumen kopi gula aren dengan pengambilan data menggunakan metode wawancara. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif analisis. Analisis data pada penelitian menggunakan analisis deskriptif, analisis multiatribut fishbein, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen kopi gula aren memiliki karakteristik beragam. Kemudian atribut kopi gula aren yang paling dipertimbangkan konsumen adalah atribut rasa. Adapun faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi gula aren adalah usia, pelayanan, kenyamanan, dan jenis kelamin.

Kata kunci: Kopi gula aren, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Sikap Konsumen.

ABSTRACT

The increasing value of coffee consumption has made the coffee shop business an attractive business and has profitable prospects, including in Sleman Regency. One variant of the coffee menu at the coffee shop is palm sugar coffee. The large number of coffee shops makes it necessary to understand consumer purchasing decisions for palm sugar coffee products. This study aims to (1) find out the attributes most considered by consumers in purchasing palm sugar coffee, and (2) find out the factors that influence the purchase of palm sugar coffee. The research was conducted in Caturtunggal Village, Depok District, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region. The number of respondents was 60 consumers of palm sugar coffee with data collection using interview method. The basic method used in this research is descriptive analysis method. Data analysis in this study used descriptive analysis, fishbein multi-attribute analysis, and multiple linear regression analysis. The results showed that consumers of palm sugar coffee have various characteristics. Then the attribute of palm sugar coffee that is most considered by consumers is taste. The factors that have a positive and significant effect on the purchase decision of palm sugar coffee are age, service, comfort, and gender.

Keywords: Palm sugar coffee, Consumer Behavior, Purchase Decision, Consumer Attitude.