

## **HYPOTHETICAL PREFERENCES OF INDONESIAN COFFEE CONSUMERS FROM HEALTH AND PRICE PERSPECTIVE USING DISCRETE CHOICE EXPERIMENT METHOD**

### **ABSTRACT**

**By:**

**SYIFA NUR HIDAYAH**  
**20/456460/TP/12755**

Worldwide trend towards healthier products is driven by the growth of health awareness and consciousness. Notably, Indonesian consumers are increasingly embracing healthier lifestyle, especially after Covid-19 pandemic, highlighting a significant demand towards healthy products. Increasing demand of healthy products affect the overall pricing of the product itself. Given the cultural significance of coffee in Indonesia, understanding how health consciousness and price perception influence coffee consumption choices is important. This study aims to investigate the impact of health consciousness and price perception on the coffee consumption patterns of Indonesian consumers. Specifically, it seeks to determine the extent to which health consideration and price sensitivity guide their choice. Discrete Choice Experiments (DCE) were conducted to identify main attributes influencing coffee preferences which combines coffee prices and additional ingredients. Using k-means clustering, PCA plotting, and consumer research packages within JMP software, data analysis found sustainability certificates, milk type, sugar choice, coffee quality, and price as the primary coffee attributes for Indonesian consumers' purchasing decisions in general. While there is a noticeable uptrend in health consciousness, majority of Indonesian consumers exhibit a preference for incorporating milk and sugar into their coffee. Nevertheless, after consumers clustering, nutritionally conscious consumers inclined towards organic certification over nutritional value due to healthier perception. Conversely, value-oriented consumers prioritize affordability and product quality. This study highlights the complex influence among health consciousness, price perception, and coffee consumption behavior among Indonesian consumers. The findings indicate that nutritional value is not the foremost consideration for consumers to choose healthier coffee options. This finding suggests a different approach to health-conscious behavior influenced by both economic and health-related factors.

**Keywords:** Health consciousness, price perception, coffee consumption, Discrete Choice Experiments (DCE).

## PREFERENSI HIPOTETIS KONSUMEN KOPI INDONESIA DARI PERSPEKTIF KESEHATAN DAN HARGA MENGGUNAKAN METODE EKSPERIMEN PILIHAN DISKRET

### INTISARI

Oleh:

**SYIFA NUR HIDAYAH**  
**20/456460/TP/12755**

Tren global terhadap produk-produk yang lebih sehat didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan. Konsumen di Indonesia mulai memilih produk yang lebih sehat dikarenakan peningkatan kesadaran konsumen Indonesia terhadap kesehatan, terutama setelah pandemi Covid-19 yang menunjukkan transisi menuju gaya hidup sehat. Permintaan produk sehat yang tinggi berakibat pada keseluruhan harga produk sehat itu sendiri. Mengingat kopi merupakan bagian dari budaya masyarakat Indonesia, tingginya kesadaran kesehatan dan harga produk akan mempengaruhi pilihan konsumsi kopi dari konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak kesadaran kesehatan dan persepsi harga terhadap pola konsumsi kopi konsumen Indonesia. Penelitian ini juga dilaksanakan untuk menentukan seberapa jauh kesadaran akan kesehatan dan pengaruh harga terhadap konsumsi kopi konsumen Indonesia. Metode *Discrete Choice Experiments* (DCE) digunakan untuk mengidentifikasi atribut utama yang mempengaruhi preferensi kopi dengan menggabungkan harga kopi dengan bahan tambahan kopi (gula dan susu). Segmentasi konsumen menggunakan *k-means*, PCA, dan *research package* dari JMP software digunakan untuk analisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikat keberlanjutan, jenis susu, pilihan gula, kualitas kopi, dan harga merupakan atribut utama yang memengaruhi keputusan pembelian kopi bagi konsumen kopi Indonesia secara keseluruhan. Meskipun terdapat peningkatan dalam kesadaran terhadap kesehatan, mayoritas konsumen Indonesia masih menunjukkan preferensi untuk menambahkan susu dan gula ke dalam kopi. Setelah dilakukan pengelompokan konsumen, konsumen yang sadar terhadap gizi makanan (*Nutritionally Conscious Consumers*) cenderung memilih produk organik karena alasan kualitas produk yang lebih baik dari segi kesehatan. Sebaliknya, konsumen yang termasuk ke dalam kelompok *value-oriented hedonism* lebih memprioritaskan keterjangkauan harga dan kualitas produk. Penelitian ini juga memperhatikan pengaruh antara kesadaran kesehatan, persepsi harga dan perilaku konsumsi kopi konsumen Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kandungan gizi bukan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih kopi yang lebih sehat. Hasil ini mengindikasikan adanya pendekatan yang berbeda terhadap perilaku konsumen Indonesia yang telah memiliki kesadaran terhadap kesehatan.

**Kata kunci:** Kesadaran kesehatan, persepsi harga, konsumsi kopi, *discrete choice experiments* (DCE)