UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Preferensi Konsumen Kopi di Sebelas Coffee Kota Yogyakarta
Frederikus Bravanastha Satria Pradifta, Arini Wahyu Utami; Agus Dwi Nugroho
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

PREFERENSI KONSUMEN KOPI DI SEBELAS COFFEE KOTA YOGYAKARTA

Frederikus Bravanastha Satria Pradifta, Arini Wahyu Utami, Agus Dwi Nugroho

Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
Jalan Flora, Bulaksumur, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengkaji sikap konsumen terhadap berbagai atribut produk kopi seduhan, dan (2) menganalisis faktor-faktor dominan yang memengaruhi preferensi konsumen di Sebelas Coffee Kota Yogyakarta. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive di Sebelas Coffee Cabang HOS Cokroaminoto, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Model Multiatribut Fishbein untuk mengukur sikap konsumen dan Analisis Faktor (Confirmatory Factor Analysis) untuk mengidentifikasi faktor preferensi yang dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut produk di Sebelas Coffee masuk dalam kategori "Baik" dengan total nilai sikap (Ao) sebesar 88,14. Berdasarkan analisis Fishbein, atribut cita rasa memperoleh skor sikap tertinggi (18,92), sementara atribut fasilitas kafe memperoleh skor terendah (16,76). Hasil analisis faktor berhasil mereduksi 12 variabel menjadi empat faktor utama, yaitu: Faktor Pribadi (A), Faktor Psikososial (B), Faktor Sosioekonomi (C), dan Faktor Budaya (D). Faktor Pribadi diidentifikasi sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi preferensi konsumen dengan nilai variansi sebesar 27,068%. Pihak manajemen disarankan untuk mempertahankan konsistensi cita rasa dan meningkatkan kualitas fasilitas kafe guna memperkuat loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kopi, Preferensi Konsumen, Model Fishbein, Analisis Faktor.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Preferensi Konsumen Kopi di Sebelas Coffee Kota Yogyakarta
Frederikus Bravanastha Satria Pradifta, Arini Wahyu Utami; Agus Dwi Nugroho
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCES
At SEBELAS COFFEE YOGYAKARTA CITY

Frederikus Bravanastha Satria Pradifta, Arini Wahyu Utami, Agus Dwi Nugroho

Faculty of Agriculture, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Jalan Flora, Bulaksumur, Caturtunggal, Depok District, Sleman Regency

Special Region of Yogyakarta, 55281

This study aims to: (1) examine consumer attitudes toward various attributes of brewed coffee products, and (2) analyze the dominant factors influencing consumer preferences at Sebelas Coffee, Yogyakarta City. The basic method employed in this research is descriptive-analytical. The research location was purposively determined at the Sebelas Coffee HOS Cokroaminoto branch, involving 60 respondents selected through convenience sampling. Data analysis was conducted using the Fishbein Multi-attribute Model to measure consumer attitudes and Factor Analysis (Confirmatory Factor Analysis) to identify dominant preference factors. The results indicate that consumer attitudes toward product attributes at Sebelas Coffee fall into the "Good" category, with a total attitude score (Ao) of 88.14. Based on the Fishbein analysis, the taste attribute achieved the highest attitude score (18.92), while the cafe facilities attribute received the lowest score (16.76). The factor analysis successfully reduced 12 variables into four main factors: Personal Factor (A), Psychosocial Factor (B), Socioeconomic Factor (C), and Cultural Factor (D). The Personal Factor was identified as the most dominant factor influencing consumer preferences, with a variance value of 27.068%. It is recommended that management maintain flavor consistency and improve the quality of cafe facilities to strengthen consumer loyalty.

Keywords: Coffee, Consumer Preferences, Fishbein Model, Factor Analysis