

ABSTRACT

This study aims to determine the preference between flavour, aroma, label, availability, and price attributes of Aceh Gayo Arabica and Java Robusta single origin coffee, the factors influencing consumer perception towards Aceh Gayo Arabica and Java Robusta single origin coffee, and determine the correlation between coffee attributes of flavour, aroma, label, availability, price with consumer characteristics such as age, income, education, and gender in consumer preference of Aceh Gayo Arabica and Java Robusta single origin coffee in Sleman Regency, Yogyakarta Province. The selection of research location was done by purposive sampling in several coffee shops in Sleman Regency which serve Aceh Gayo Arabica and Java Robusta single origin coffee. The research sample was taken by accidental sampling of 45 respondents whereas each of the respondent had tasted both coffee varieties. The result showed that attribute of taste comes first in consumer priority of Aceh Gayo Arabica and Java robusta single origin coffee. Consumer prefers coffee to have a good taste, good aroma, fair price, helpful label, and good stock of availability. In Aceh Gayo, education influences consumer perception negatively, income has a positive influence. For Java Robusta, age and education has a negative influence, income has positive. In Aceh Gayo Arabica single origin coffee, age-flavour and education-flavour have positive correlations with medium strength bond, income-flavour has positive correlation with low strength bond. In Java Robusta, education-aroma have positive correlations with medium bond meanwhile age-aroma and education-availability have negative correlations with medium strength bond.

Keyword: Aceh Gayo Arabica, Java Robusta, Consumer Preference, Consumer Priority, Consumer Perception

ABSTRAK

Studi ini dilaksanakan untuk mengetahui preferensi antara atribut rasa, aroma, label, ketersediaan, dan harga dari kopi single origin Aceh Gayo Arabika dan Jawa Robusta, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kopi single origin Aceh Gayo Arabika dan Jawa Robusta, serta mengetahui korelasi antara atribut rasa, aroma, label, ketersediaan, dan harga dari kopi single origin Aceh Gayo Arabika dan Jawa Robusta dengan karakteristik konsumen seperti umur, pendapatan, pendidikan dan jenis kelamin dalam preferensi konsumen terhadap kopi single origin Aceh Gayo Arabika dan Jawa Robusta di kabupaten Sleman, provinsi Yogyakarta. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling di beberapa kedai kopi yang menyediakan kedua jenis kopi single origin Aceh Gayo Arabika dan Jawa Robusta di kabupaten Sleman. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik accidental sampling dari 45 responden dimana setiap responden merupakan individu yang sudah pernah merasakan kedua jenis kopi yang diteliti. Hasil menunjukkan bahwa atribut rasa merupakan prioritas pertama konsumen dalam mengonsumsi kopi single origin Aceh Gayo Arabika and Jawa robusta. Konsumen lebih menyukai kopi yang memiliki rasa enak, aroma yang wangi, harga yang wajar, label yang informatif, dan ketersediaan barang yang baik. Pada kopi Aceh Gayo Arabika, pendidikan mempengaruhi persepsi konsumen secara negatif, sementara pendapatan memiliki pengaruh positif. Untuk kopi Jawa Robusta, umur dan Pendidikan memiliki pengaruh negatif, pendapatan memiliki pengaruh positif. Pada kopi Aceh Gayo Arabika, atribut umur-rasa dan pendidikan-rasa memiliki korelasi positif dengan tingkat keeratan sedang, atribut pendidikan-rasa memiliki korelasi positif dengan tingkat keeratan rendah. Pada kopi Jawa Robusta, pendidikan-aroma memiliki korelasi positif dengan tingkat keeratan hubungan sedang, sementara umur-aroma dan pendidikan-ketersediaan memiliki korelasi negative dengan tingkat keeratan hubungan yang sedang.

Kata kunci: Aceh Gayo Arabika, Jawa Robusta, Preferensi Konsumen, Prioritas Konsumen, Persepsi Konsumen