

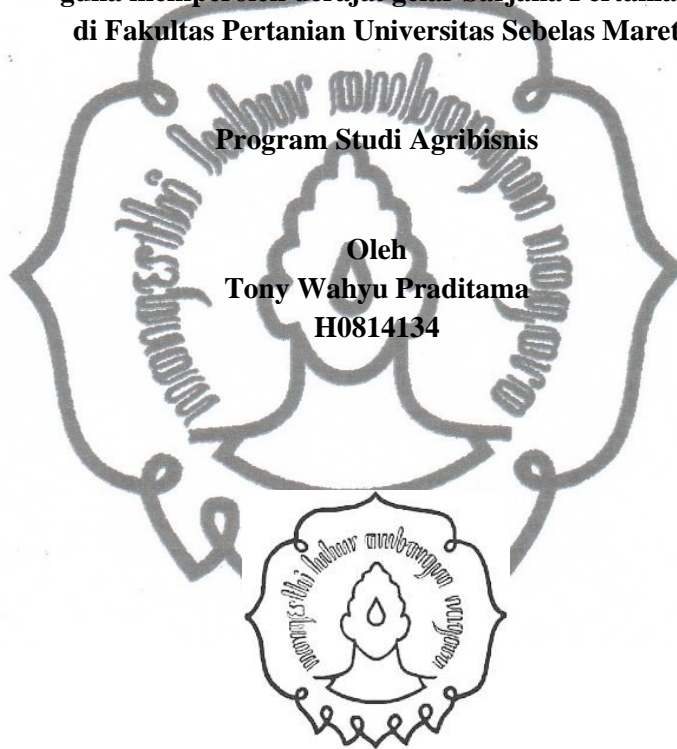
**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI  
DI *COFFEE SHOP* KOTA SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh derajat gelar Sarjana Pertanian  
di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**

**Program Studi Agribisnis**

**Oleh  
Tony Wahyu Praditama  
H0814134**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2018**

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI  
DI *COFFEE SHOP* KOTA SURAKARTA**

**Yang diajukan dan disusun oleh :  
Tony Wahyu Praditama  
H0814134**

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal : September 2018  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua**

**Anggota I**

**Angota II**

**Nuning Setyowati, S.P., M.Sc.  
NIP. 198203252005012001**

**Isti Khomah, S.P., M.Si.  
NIP. 198712302014042001**

**Setyowati, S.P., M.P.  
NIP. 197103221996012001**

**Surakarta,**

**Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas Pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.  
NIP. 195602251986011001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Kopi Di *Coffee Shop* Kota Surakarta” sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Skripsi ini selesai dengan adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta dan selaku dosen pembimbing utama yang telah mendampingi, memberikan ilmu, masukan dan saran serta semangat selama penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S. selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Isti Khomah, SP, M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang telah mendampingi, memberikan ilmu, masukan dan saran serta semangat selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Setyowati, SP, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan ilmu, masukan dan saran serta semangat selama penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis dan Fakultas Pertanian, serta seluruh staff/karyawan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, atas ilmu dan pelayanan yang diberikan selama masa perkuliahan di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.
7. Bapak, Ibu, dan Kakak yang selalu memberikan do’a, dukungan, serta semangat sehingga mengantarkan penulis sampai pada titik ini.
8. Pemilik, pengelola, dan karyawan Kopilogue, Eight Corner, Ngopi Serious, Joxxs Coffee, dan Cold n Brew serta responden di Kota Surakarta terimakasih

telah memberikan izin dan membantu menyediakan data yang dibutuhkan untuk penelitian.

9. Keluarga Paulus Laliatu selaku pemilik kost yang senantiasa menyediakan tempat nyaman di perantauan.
10. Segenap keluarga Rosemary 2014 yang senantiasa menemani dan membagi ilmu selama perkuliahan maupun penulisan skripsi.
11. Segenap keluarga Mahendra Tour and Travel yang senantiasa memberikan dukungan semangat selama perkuliahan maupun penulisan skripsi serta memberikan kesempatan bekerja kepada penulis.
12. Segenap keluarga Kementerian Pertanian BEM FP UNS dan seluruh anggota BEM FP UNS tahun 2015-2016 yang selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.
13. Teman-teman Agribisnis angkatan 2012, 2013, 2015, dan kakak transfer Agribisnis 2014 dan 2015 yang telah membagi pengalamannya serta cerita khas anak perkuliahannya selama 4 tahun terakhir.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi dalam penulisan skripsi di masa yang akan datang.

Surakarta, September 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>x</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Kegunaan Penelitian.....	4
<b>II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Tinjauan Pustaka.....	13
C. Kerangka Teori dan Pendekatan Masalah.....	20
D. Hipotesis.....	22
E. Pembatasan Masalah.....	24
F. Definisi Operasional.....	24
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	28
B. Metode Pengumpulan Data.....	28
C. Jenis dan Sumber Data.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Pengujian Instrumen.....	30
F. Metode Analisis Data.....	31
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	34
B. Karakteristik Umum Responden.....	35
C. Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Kopi di Coffee Shop Kota Surakarta.....	45
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan....	65
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2016 .....	1
Tabel 2.	Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.	Variabel Penelitian dan Indikatornya.....	27
Tabel 4.	Lokasi Penelitian.....	28
Tabel 5.	Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	35
Tabel 6.	Karakteristik Responden Berdasar Usia .....	36
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasar Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 8.	Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan.....	38
Tabel 9.	Responden Berdasar Alamat .....	39
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasar Penghasilan/Uang Saku Perbulan .....	39
Tabel 11.	Karakteristik Responden Berdasar Frekuensi Pembelian.....	40
Tabel 12.	Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kopi yang Sering Dikonsumsi.....	41
Tabel 13.	Karakteristik Responden Berdasar Jenis Penyajian Kopi yang Digemari .....	42
Tabel 14.	Karakteristik Responden Berdasar Asal Kopi yang Digemari .....	43
Tabel 15.	Karakteristik Responden Berdasar Kecenderungan Mengunjungi <i>Coffee Shop</i> yang Sama .....	44
Tabel 16.	Karakteristik Responden Berdasar Asal Informasi Tentang <i>Coffee Shop</i> .....	44
Tabel 17.	Nilai <i>Average Variance Extract</i> (AVE) Uji Instrumen .....	46
Tabel 18.	Nilai <i>Loading Factor</i> Setiap Indikator Uji Instrumen .....	46
Tabel 19.	Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Uji Instrumen.....	48
Tabel 20.	Nilai <i>Loading Factor</i> .....	50
Tabel 21.	Nilai AVE Analisis .....	51
Tabel 22.	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	52



Tabel 23. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Analisis	
Data.....	53
Tabel 24. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
Tabel 25. Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....	56
Tabel 26. Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Kerangka Teori .....	22
Gambar 2.	Model Hipotesis .....	24
Gambar 3.	Peta Wilayah Kota Surakarta .....	34
Gambar 4.	Diagram Jalur Nilai AVE dan <i>Outer Loadings</i> Pada Uji Instrumen .....	47
Gambar 5.	Diagram Jalur Nilai <i>Cronbach Alpha</i> Pada Uji Instrumen .....	48
Gambar 6.	Diagram Jalur Nilai <i>Composite Reliability</i> Pada Uji Instrumen .....	49
Gambar 7.	Diagram Jalur Nilai <i>Loading Factor</i> .....	51
Gambar 8.	Diagram Jalur Nilai AVE .....	53
Gambar 9.	Diagram Jalur Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	55
Gambar 10.	Diagram Jalur Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	55
Gambar 11.	Diagram Jalur Nilai <i>t-statistic</i> .....	56
Gambar 12.	Diagram Jalur <i>p-value</i> .....	58



## RINGKASAN

Tony Wahyu Praditama. H0814134. 2018. “*Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Kopi di Coffee Shop Kota Surakarta*”. Dibimbing oleh Nuning Setyowati, SP, M.Sc dan Isti Khomah, SP, M.Si. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang dihasilkan di Indonesia. Kopi banyak digemari di seluruh dunia karena selain kenikmatan dan kandungan kafein yang mampu menambah energi, tetapi juga karena nilai ekonomis bagi negara-negara yang memproduksi dan mengekspor biji kopi. Pada saat ini, bisnis kopi di Indonesia cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh tingkat konsumsi kopi yang terus meningkat tiap tahunnya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan mendirikan *coffee shop*. Pendirian *coffee shop* ini akan turut memenuhi kebutuhan konsumsi kopi di Indonesia. Pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di *coffee shop* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sosial, budaya, individu maupun psikologis dari konsumen. Bagi produsen penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian produk kopi olahan di *coffee shop*, agar produsen dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, faktor sosial, sikap atas uang, dan motif pembelian terhadap keputusan konsumen dalam membeli kopi di *coffee shop* Kota Surakarta.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta. Pemilihan lokasi penelitian dan pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive*). Jenis dan sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan pencatatan. Pada penelitian ini analisis dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dan *software smartpls* versi 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua variabel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian kopi di *coffee shop*. Variabel yang menunjukkan hasil signifikan adalah gaya hidup, faktor sosial, dan motif pembelian. Hal ini berarti bahwa proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Pada variabel sikap atas uang, tidak menunjukkan hasil yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen tidak dipengaruhi oleh faktor sikap atas uang. Pengelola *coffee shop* disarankan membuat dekorasi *coffee shop* yang menarik serta adanya pemutaran musik atau *live music*. Pengelola *coffee shop* juga disarankan untuk selalu memberikan kesan positif kepada konsumen seperti halnya menjaga kualitas kopi, adanya SOP yang diberikan kepada barista agar kopi yang disajikan memiliki rasa dan aroma yang konsisten, serta karyawan yang ramah kepada konsumen, serta adanya *private room* yang nyaman untuk memfasilitasi konsumen yang memiliki tujuan untuk bertemu dengan rekan bisnisnya.

## SUMMARY

Tony Wahyu Praditama. H0814134 2018. "*Consumer Decisions Analysis of Coffee Purchasing at the Surakarta City Coffee Shop*". Supervised by Nuning Setyowati, SP, M.Sc and Isti Khomah, SP, M.Sc. Faculty of Agriculture, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Coffee is one of the plantation commodities produced in Indonesia. Coffee is popular around the world because of its taste and caffeine content that can increase energy, but also because of the economic value for the coffee beans producing and coffee beans exporting countries. Nowadays, the coffee business in Indonesia is promising. This is affected by the increasing level of coffee consumption every year. One effort that can be done is to establish a coffee shop. The establishment of this coffee shop will also meet the needs of coffee consumption in Indonesia. The purchase decision made by consumers in the coffee shop is influenced by several factors, such as social, cultural, individual and psychological from the consumer. For the producers it is essential to understand the factors that considered by consumers in purchasing processed coffee products in the coffee shop, so that producers can find out the needs and desires of consumers. This research aims to determine the effect of lifestyle, social factors, attitudes on money, and purchasing motives on consumer decisions in purchasing coffee in the Surakarta coffee shop.

The basic method used in this research was descriptive method. This research was conducted in Surakarta city. The consideration of the research location and sampling is done purposively. The type and source of data used consists of primary data and secondary data. Data collection techniques with observation, interviews, and recording. In this research, the analysis was done by using the Structural Equation Modeling (SEM) method with Partial Least Square (PLS) approach and smartpls software version 3.0.

The results showed that not all variables had a significant influence on the process of coffee purchasing decisions in the coffee shop. Variables that showed significant results were lifestyle, social factors and purchase motives. It can be interpreted that the process of purchasing decisions made by consumers is influenced mainly by these three variables. In the attitude on money variable does not show significant results, so it can be concluded that the decision-making process by consumers is not influenced by the attitude on money factor. Coffee shop managers are advised to make interesting coffee shop decorations and live music or music. The coffee shop manager is also advised to always give a positive impression to consumers as well as maintaining the quality of coffee, the existence of SOP given to barista so that the coffee served has a consistent taste and aroma, as well as employees who are friendly to consumers, as well as a comfortable private room to facilitate consumers who have a purpose to meet with their business partners.