

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI
(Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis**



Diajukan Oleh:

NOVIA ISWANTI RUSYDIANA
NPM: 1624010027

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR
SURABAYA
2020**

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI

(Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis**



Diajukan Oleh:

NOVIA ISWANTI RUSYDIANA

NPM: 1624010027

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA

**TIMUR
SURABAYA**

2020

SKRIPSI

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI
(Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)**

Diajukan Oleh :

NOVIA ISWANTI RUSYDIANA

NPM : 1624010027

**Telah diujikan pada tanggal :
10 November 2020**

**Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Pesaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping

Ir. Setyo Parsudi, MP

NIP. 19570531 198503 1 00 1

Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM

NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

**Koordinator Program Studi
Agribisnis**

Dr. IR. R.A Nera Augustien K, MP.

NIP. 19570720 198703 2001

Ir. Sri Widayanti, MP

NIP. 19620106 199003 2001

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI
(Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)**

Diajukan Oleh :

NOVIA ISWANTI RUSYDIANA

NPM : 1624010027

**Telah direvisi pada tanggal :
3 Desember 2020**

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping

Ir. Setyo Parsudi, MP

NIP. 19570531 198503 1 00 1

Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM

NIP. 19590211 198903 1001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 Tahun 2010 Pasal 1 ayat 1 tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul **“KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI (Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Novia Iswanti Rusydiana
NPM. 1624010027

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOPI (Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya)

Novia Iswanti Rusydiana, Setyo Parsudi, Sri Tjondro Winarno
Jurusan Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya
E-mail : noviadiana51@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen kopi dan proses keputusan pembelian konsumen, serta menganalisis faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis dan faktor budaya yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi di kedai kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya. Teknik penentuan sampel penelitian dilakukan dengan teknik *Acidental Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Analisis yang digunakan selain analisis deskriptif juga analisis SEM-PLS dengan *software* WarpPLS 6.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen kopi sebagian besar berusia 17 – 24 tahun, berjenis kelamin laki-laki, sebagian besar belum bekerja karena masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, pendapatan serta sebagian dengan uang saku perbulan Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000. Proses keputusan pembelian minuman kopi terdapat lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Hasil analisis SEM-PLS faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis, dan faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi.

Kata Kunci : Minuman kopi, keputusan pembelian, pribadi, lingkungan sosial, psikologis, dan budaya

CONSUMER'S DECISION IN PURCHASE COFFEE DRINK
(Case Study on Consumers of Kulo Coffee Shop Surabaya)

Novia Iswanti Rusydiana, Setyo Parsudi, Sri Tjondro Winarno
Jurusan Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya
E-mail : noviadiana51@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the characteristics of coffee consumers and the consumer purchasing decision process, as well as to analyze personal factors, social environmental factors, psychological factors and cultural factors that influence consumer decisions in buying coffee drinks at the Kulo coffee shop, Tenggilis, Surabaya. The technique of determining the research sample was carried out by using the Acidental Sampling technique with a total of 50 respondents. The analysis used was not only descriptive analysis but also SEM-PLS analysis with WarpPLS 6.0 software. The results showed that the characteristics of coffee consumers are mostly aged 17-24 years, male gender, most of them have not worked because they are still students, income and some with monthly allowances of Rp. 1,000,000 - Rp. 2,500. 000. There are five stages in the coffee drink purchasing decision process, namely, need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decisions, and post-purchase behavior. The results of the SEM-PLS analysis of personal factors, social environmental factors, psychological factors, and cultural factors significantly influence consumer decisions in buying coffee drinks.

Keywords: Coffee drink, purchasing decisions, personal, social environment, psychological, and cultural

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi (Studi Kasus pada Konsumen Kedai Kopi Kulo Surabaya). Penulisan skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada **Ir. Setyo Parsudi, MP**, selaku dosen pembimbing utama dan **Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM**, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Sudiyarto, MM, selaku Kepala Jurusan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ir. Sri Widayanti, MP, selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dr. Ir. Sudiyarto, MM, selaku dosen penguji pertama dan Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si, selaku dosen penguji kedua yang telah banyak memberikan arahan, masukan, motivasi dan meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.
5. Kedua orangtua, kakak, paman dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, semangat dan doa restu untuk kesuksesan penulis.
6. Gerin Lingga Ayu Mustika Putri, Nuriyatul Lailiyah, Yonik Hestie Ardhani, Vika Amalia T. R, Elmia Rahma Yunita, Riska Dwi P, Burhanul Hakim, Agustini Wulansari, Arya Jery P, Ria Misdian Syahri, yang selalu menyemangati dan melewati masa suka duka selama menulis skripsi dan selama kuliah serta teman-teman jurusan Agribisnis dan Agroteknologi angkatan 2016. Tak lupa kakak dan adik tingkat di Fakultas Pertanian.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran serta sumbangan pemikiran yang konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini akan mendapatkan tanggapan positif bagi pembaca dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Kopi	14
2.2.2 Konsumen	15
2.2.3 Perilaku Konsumen	16
2.2.4 Karakteristik Konsumen	16
2.2.5 Keputusan Konsumen	17
2.2.6 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	17

2.2.7	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
2.3	Kerangka Pemikiran.....	34
2.4	Hipotesis.....	37
III.	METODE PENELITIAN	38
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.2	Obyek Penelitian	38
3.4	Pengumpulan Data	40
3.4.1	Sumber Data	40
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.6	Analisis Data.....	48
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.6.2	Analisis <i>Structural Equation Model</i> pendekatan <i>Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	49
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Gambaran Umum.....	56
4.1.1	Sejarah Kedai Kopi Kulo.....	56
4.1.2	Gambaran Umum Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	57
4.2	Karakteristik Konsumen Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	58
4.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	63
4.3.1	Pengenalan Kebutuhan	64
4.3.2	Pencarian Informasi	66
4.3.3	Evaluasi Alternatif	68
4.3.4	Keputusan Pembelian	70

4.3.5	Perilaku Pasca Pembelian	74
4.4	Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan Sosial, Faktor Psikologis, dan Faktor Budaya terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	79
4.4.1	Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	79
4.4.2	Hasil Analisis <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i>	85
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran	108
	DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya Periode Juli – Desember 2019	4
3.1	Skor Skala <i>Likert</i>	47
3.2	<i>Rule of Thumb</i> Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	55
4.1	Daftar Menu dan Harga Kopi dan Non Kopi Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	57
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	58
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	61
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan/Saku Perbulan	62
4.7	Alasan Membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	65
4.8	Manfaat yang dicari dalam Mengkonsumsi Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	65
4.9	Tingkat Kepentingan Mengkonsumsi Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	66
4.10	Sumber Informasi Konsumen Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	67
4.11	Informasi menarik dari sumber informasi pada Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	68
4.12	Pertimbangan Awal Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	69
4.13	Pengetahuan Konsumen pada Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	69

Nomor	Judul	Halaman
4.14	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	71
4.15	Cara Konsumen Membayar dalam Pembelian Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	72
4.16	Waktu Konsumen Membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	72
4.17	Frekuensi Konsumen Membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya dalam Satu Bulan.....	73
4.18	Varian Minuman Kopi yang Sering dibeli di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	74
4.19	Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	75
4.20	Kesediaan Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Produk Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	75
4.21	Kesediaan Konsumen Merekomendasikan Orang Lain Membeli Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya.....	76
4.22	Tindakan Konsumen jika Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya Tidak Tersedia	76
4.23	Tahapan Proses Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kedai Kopi Kulo, Tenggilis, Surabaya	78
4.24	Statistik Deskriptif Variabel Faktor Pribadi	80
4.25	Statistik Deskriptif Variabel Faktor Lingkungan Sosial	81
4.26	Statistik Deskriptif Variabel Faktor Psikologis.....	82
4.27	Statistik Deskriptif Variabel Faktor Budaya	83
4.28	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Konsumen	84
4.29	Uji Validitas (<i>Convergent Validity</i>)	86
4.30	Nilai AVE (<i>Average Variances Extracted</i>)	89
4.31	<i>Cross Loading</i>	92

Nomor	Judul	Halaman
4.32	<i>Latent Variable Coefficients</i>	93
4.33	Hasil <i>Output Fit Indices</i>	94
4.34	<i>Direct Effects</i>	95
4.35	Hasil Uji Hipotesis Tujuan Ketiga (H ₃)	100

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi	36
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	52
3.2	Keterangan Kerangka Indikator	53
4.1	<i>Output General SEM Analysis Result</i>	94

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	114
2.	Jawaban Kuesioner	121
3.	Statistik Deskriptif.....	133
4.	Hasil Output WarpPLS.....	141
5.	Dokumentasi Kegiatan Penyebaran Kuesioner	146