

**PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SEJUTA JIWA OLEH  
KARYAWAN DI JAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**IFFAH SOVIE SEPTYASARI**

**20043010186**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SEJUTA Jiwa OLEH**  
**KARYAWAN DI JAKARTA**

Disusun Oleh:

**Iffah Sovle Septvasari**  
**NPM. 20043010186**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,  
**PEMBIMBING**



**Heidy Arviani. S.Sos. M.A**  
**NIP.198511072018032001**

Mengetahui,  
**DEKAN FISIP**



**Dr. Catur Suratnoaji. M.Si**  
**NIP-196804182021211006**


**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SEJUTA JIWA OLEH**  
**KARYAWAN DI JAKARTA**

Oleh:

**Iffah Sovie Septyasari**  
**NPM. 20043010186**


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 9 Juli 2024

**PEMBIMBING**

  
**Heidi Arviani, S.Sos, M.A**  
**NIP.198511072018032001**


1.

**Tim Penguji,  
Ketua**

  
**Heidi Arviani, S.Sos, M.A**  
**NIP.198511072018032001**


2.

**Sekretaris**


  
**Dra. Dyva Claretta, M.Si**  
**NIP. 196601072021212001**

3.

**Anggota**

  
**Ahmad Zamzamy, S.Sos, M.Med.Kom**  
**NIP. 198312012021211004**

**Mengetahui,  
DEKAN FISIP**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Kopi Sejuta Jiwa oleh Karyawan di Jakarta” sebagai syarat utama kelulusan pada program studi S1 Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

Terhitung selama empat tahun proses perkuliahan penulis banyak mendapat bimbingan, pengalaman, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada;

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Heidy Arviani, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing yang selalu mengarahkan dan sigap memberi masukan dalam proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Ibu Aulia Rahmawati, Ph.D S.Sos., M.Si selaku Dosen Wali penulis yang membersamai penulis sejak awal masa perkuliahan hingga kini.
5. Moch. Sulchan, SE dan Novi Hastuti Purwitasari, S. TP serta Dr. H. Hadi Purwanto, MMR selaku orang tua dan kakek penulis yang mendukung penuh dan menunjang biaya atas segala bentuk aktivitas penulis.
6. PT. Liputan 6 (HQ Gondangdia, Jakarta Pusat) beserta seluruh mentor dan

jajarannya selaku mitra tempat penulis melaksanakan program MSIB Batch 4 yang telah mengajarkan banyak pengalaman serta ilmu baru.

7. Fian Kanafi, Farhan Naufal, Erika Yulyawati, Tharisha Aulia, dan Hikmal Abraar selaku kawan dekat penulis.
8. Adinda, Dini, Elly, Kiki, dan Lintang selaku rekan satu tempat tinggal di kost yang bersedia membantu segala keperluan penulis.
9. Fathiyah, Balqis, Dyra, Dwiki, Kinaya, dan Sonia selaku rekan magang di Jakarta yang membantu penulis dalam melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini sehingga besar harapan penulis akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu menyempurnakan tulisan ini di waktu mendatang.

Surabaya, 23 Mei 2024

Iffah Sovie Septyasari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Landasan Teori.....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Fenomena <i>Urban Coffee</i> di Jakarta.....	15
2.2.2 Karyawan Jakarta dan Gaya Hidup Urban.....	16
2.2.3 Teori Perilaku Konsumen.....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.2.5 Inovasi Kopi Janji Jiwa di Jakarta.....	24
2.2.6 Teori Persepsi Pada Kopi Sejuta Jiwa.....	25
2.2.7 <i>Brand Image</i> dan Subjektivitas Konsumen.....	27
<b>2.3 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>29</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>

<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Definisi Konseptual.....</b>	<b>31</b>
3.2.1 Konsumsi <i>Urban Coffee</i> oleh Karyawan Jakarta .....	31
3.2.2 Kopi Sejuta Jiwa.....	31
3.2.3 Analisis Perilaku Konsumen. ....	31
<b>3.3 Lokasi Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>3.4 Teknik Penentuan Informan .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
3.5.1 Wawancara.....	34
3.5.2 Observasi.....	34
<b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>34</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>36</b>
1.1.1 Gambaran Umum Kopi Sejuta Jiwa.....	36
1.1.2 Sejarah Kopi Sejuta Jiwa .....	36
1.1.3 Inovasi Kopi Sejuta Jiwa .....	37
<b>4.2 Identitas Informan.....</b>	<b>38</b>
<b>4.3 Penyajian dan Analisis Data.....</b>	<b>42</b>
4.3.1 Perilaku Konsumen Karyawan Jakarta dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Sejuta Jiwa .....	42
1. Pengenalan Masalah. ....	43
2. Pencarian Informasi. ....	47
3. Evaluasi Alternatif. ....	54
4. Keputusan Pembelian .....	59
5. Perilaku Pasca Pembelian .....	64
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>72</b>
4.4.1 Perilaku Konsumen Karyawan Jakarta dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Sejuta Jiwa .....	72
1. Pengenalan Masalah. ....	74
2. Pencarian Informasi. ....	76

3.	Evaluasi Alternatif .....	78
4.	Keputusan Pembelian. ....	82
5.	Perilaku Pasca Pembelian. ....	84
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>88</b>
5.1	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>88</b>
5.2	<b>Saran .....</b>	<b>90</b>
5.2.1	Saran Akademis.....	90
5.2.2	Saran Praktis.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>95</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Penelitian Terdahulu. ....	13
Tabel 1. 2	Identitas Informan. ....	38
Tabel 1. 3	Kompilasi Permasalahan Informan. ....	74
Tabel 1. 4	Komparasi Harga Kopi Lokal Keliling .....	80
Tabel 1. 5	Komparasi Distribusi Kopi Lokal Keliling .....	80
Tabel 1. 6	Komparasi Popularitas Kopi Lokal Keliling .....	81
Tabel 1. 7	Kompilasi Perilaku Pasca Pembelian Konsumen. ....	84
Tabel 1. 8	Kompilasi Testimoni Informan. ....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Grafik Konsumsi Kopi Domestik 2014-2019.....	1
Gambar 1. 2	Billy Kurniawan CEO Jiwa Group. ....	2
Gambar 1. 3	Gerobak Kopi Sejuta Jiwa.....	3
Gambar 1. 4	Logo Kopi Sejuta Jiwa .....	4
Gambar 1. 5	Starling di Kota Jakarta.....	6
Gambar 1. 6	10 Provinsi Terpadat di Indonesia. ....	8

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	96
Lampiran 2 Transkrip Informan 1.....	97
Lampiran 3 Transkrip Informan 2.....	100
Lampiran 4 Transkrip Informan 3.....	102
Lampiran 5 Transkrip Informan 4.....	105
Lampiran 6 Transkrip Informan 5.....	107
Lampiran 7 Transkrip Informan 6.....	109
Lampiran 8 Transkrip Informan 7.....	112
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian. ....	115
Lampiran 10 Riwayat Hidup. ....	116
Lampiran 11 Lembar Bimbingan Skripsi. ....	117

**PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SEJUTA JIWA OLEH  
KARYAWAN DI JAKARTA**

Iffah Sovie Septyasari  
20043010186

**ABSTRAK**

Kopi Sejuta Jiwa, didirikan Billy Kurniawan di bawah Jiwa Group, merupakan merek kopi lokal Indonesia yang berhasil meraih perhatian masyarakat, terutama karyawan di Jakarta dengan menawarkan konsep penjualan model baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen beserta faktor-faktor yang mendasarinya dalam pengambilan keputusan pembelian Kopi Sejuta Jiwa oleh karyawan di Jakarta. Menggunakan model teori perilaku konsumen yang dikembangkan oleh Philip Kotler, penelitian ini mengkaji tahapan perilaku konsumen mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku pasca pembelian. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan observasi lapangan dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data serta karyawan di Jakarta berusia 18-35 tahun sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya perilaku konsumen karyawan Jakarta dalam pengambilan keputusan pembelian pada Kopi Sejuta Jiwa dilandasi oleh pengalaman positif yang dialami konsumen dalam menjalankan lima tahap keputusan pembelian yakni; pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Kopi, Kopi Sejuta Jiwa, Karyawan Jakarta

**PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SEJUTA JIWA OLEH  
KARYAWAN DI JAKARTA**

Iffah Sovie Septyasari  
20043010186

***ABSTRACT***

*Kopi Sejuta Jiwa, founded by Billy Kurniawan under Jiwa Group, is a local Indonesian coffee brand that has managed to gain the attention of the public, especially employees in Jakarta by offering a new sales concept. This study aims to analyze consumer behavior and its underlying factors in making purchasing decisions for Kopi Sejuta Jiwa by employees in Jakarta. Using the consumer behavior theory model developed by Philip Kotler, this research examines the stages of consumer behavior starting from problem recognition, information search, alternative evaluation, purchase decisions, to post-purchase behavior. Using descriptive qualitative method with field observation and interviews as data collection techniques and employees in Jakarta aged 18-35 years as informants. The results showed that the consumer behavior of Jakarta employees in making purchasing decisions at Kopi Sejuta Jiwa is based on positive experiences experienced by consumers in carrying out the five stages of purchasing decisions, namely; problem recognition, information search, alternative evaluation, purchase decisions, and post-purchase behavior.*

**Keywords:** *Consumer Behaviour, Buying Decision, Coffee, Sejuta Jiwa Coffee, Jakarta Employee*