

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAHIT MANIS COFFEE
DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :
REYFANI ILHAM FAUZY
NPM : 21024010151

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAHIT MANIS COFFEE
DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

REYFANILILHAM FAUZY

NPM : 21024010151

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAHIT MANIS COFFEE DI SURABAYA TIMUR

Oleh :

REYFANI ILHAM FAUZY

NPM : 21024010151

Telah diterima pada tanggal
21 Juli 2026

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.MA.

NPT : 21219860624284

Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P.

NIPPPK : 19830810 202421 2023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M. P.

NIP. 196207121 99103 2001

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAHIT MANIS COFFEE DI SURABAYA TIMUR

Oleh :

REYFANI ILHAM FAUZY

NPM : 21024010151

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 21 Juli 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.MA.
NPT 21219860624284

Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P.
NIPPPK 19830810 202421 2023

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

Prof. Dr. Er Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208 199003 2 001

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2 001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reyfani Ilham Fauzy
NPM : 21024010151
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,




Reyfani Ilham Fauzy
NPM. 21024010151

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAHIT MANIS COFFEE DI SURABAYA TIMUR”. Skripsi ini dilakukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi dalam rangka meraih gelar sarjana Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu memberikan arahan serta dukungannya, khususnya Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P.,M.MA. selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan. Tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
2. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P., selaku Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Keluarga Cemara, ibu, kakak-kakak dan keponakan saya yang selalu mendukung setiap waktu dalam doa

6. Teman manis, yang menyempatkan untuk membantu dalam penelitian ini.
7. Teman-teman agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk berproses dalam penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabat saya dari semester 1 “YBBA” yang selalu memotivasi dan menghibur saya dalam duka dan senangnya penyusunan skripsi ini.
9. Diri sendiri

Skripsi ini telah disusun dengan upaya yang maksimal sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan ini masih terdapat sejumlah keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya tulis ini di masa yang akan datang

Surabaya, Juli 2026

Penulis

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK MINUMAN KOPI DI PAHIT MANIS COFFEE SURABAYA

CONSUMER PREFERENCES ANALYSIS OF COFFEE BEVERAGE PRODUCT ATTRIBUTES AT PAHIT MANIS COFFEE SURABAYA

Reyfani Ilham Fauzy, Ida Syamsu Roidah, Dona Wahyuning Laily

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian minuman kopi di Pahit Manis Coffee Surabaya, menganalisis atribut produk yang menjadi preferensi konsumen menggunakan analisis konjoin, serta menyusun strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* terhadap 80 responden. Analisis data dilakukan menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui tingkat kepentingan dan nilai utilitas setiap atribut, serta analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang paling memengaruhi preferensi konsumen adalah harga (42,838%), diikuti oleh rasa (18,937%), varian menu (17,049%), penyajian (11,667%), dan promosi (9,509%). Kombinasi produk yang paling disukai konsumen adalah harga kurang dari Rp8.000, rasa manis, penyajian dingin, varian menu Caramel Macchiato dan Hazelnut, serta promosi secara langsung. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Pahit Manis Coffee memiliki kekuatan pada pelayanan yang ramah dan kualitas bahan baku, serta peluang berupa lokasi yang strategis dan tingginya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi. Strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan kekuatan usaha untuk menangkap peluang pasar melalui peningkatan kualitas produk, inovasi menu, dan promosi yang lebih efektif.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Analisis Konjoin, Atribut Produk, Analisis SWOT, Minuman Kopi, *Coffee Shop*

ABSTRACT

This study aims to identify consumer preferences in purchasing coffee beverages at Pahit Manis Coffee Surabaya, analyze the product attributes preferred by consumers using conjoint analysis, and formulate business development strategies based on SWOT analysis. This research employed a quantitative approach with accidental sampling involving 80 respondents. Data were analyzed using conjoint analysis to determine the importance and utility values of product attributes and SWOT analysis to formulate business development strategies. The results showed that the most influential attribute was price (42,838%), followed by taste (18.937%), menu variety (17,049%), presentation (11,667%), and promotion (9.509%). The most preferred product combination consisted of a price below IDR 8,000, sweet taste, cold serving, Caramel Macchiato and Hazelnut menu variants, and direct promotion. The SWOT analysis indicated that Pahit Manis Coffee's main strengths are friendly service and high-quality raw materials, while its major opportunities include a strategic location and increasing consumer interest in coffee consumption. The recommended strategy is to utilize the company's strengths to capture market opportunities by improving product quality, developing menu innovations, and implementing more effective promotional activities.

Keywords: *Consumer Preferences, Conjoint Analysis, SWOT Analysis Product Attributes, Coffee Beverages, Coffee Shop*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Preferensi Konsumen	20
2.2.2 Perilaku Konsumen	23
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4 Gaya Hidup	32

2.2.5 Atribut Produk.....	36
2.2.6 Analisis Konjoin (<i>Conjoint Analysis</i>)	46
2.3 Kerangka Pemikiran	53
III. METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	59
3.2 Metode Penentuan Lokasi	59
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	59
3.4 Metode Pengumpulan Data	60
3.5 Metode Analisis Data.....	62
3.5.1 Analisis Deskriptif	62
3.5.2 Analisis Konjoin (<i>Conjoint Analysis</i>)	63
3.5.2 Analisis SWOT	66
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	70
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Proses Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi di Pahit Manis Coffee	73
4.1.1 Karakteristik Konsumen Produk Minuman Kopi di Pahit Manis Coffee	73
4.1.2 Pengenalan Kebutuhan (<i>Need Recognition</i>).....	78
4.2 Preferensi Konsumen terhadap Minuman Kopi di Pahit Manis Coffee Surabaya.....	106
4.2.1 Uji Validitas	106
4.2.2 Uji Reliabilitas	108
4.2.3 Kombinasi Atribut Produk Minuman Kopi yang Paling Disukai Konsumen.....	110
4.3 Identifikasi Faktor SWOT	121
4.3.1 Faktor Internal (IFAS)	123

4.3.2 Faktor Eksternal (EFAS)	126
4.3.3 Penyusunan Matriks SWOT	129
4.3.6 Strategi Pengembangan	133
V. SIMPULAN DAN SARAN	139
5.1 Simpulan.....	139
5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Produk Pahit Manis Coffee Bulan Mei 2025	5
3.1	Indikator Variabel Proses Pengambilan Keputusan	63
3.2	Identifikasi Atribut dan Taraf Atribut Minuman Kopi Pahit Manis Coffee	64
3.3	Kombinasi Atribut (Stimuli) Produk Minuman Kopi Pahit Manis Coffee	65
3.4	Skala Likert Penilaian Preferensi Konsumen	66
3.5	Gambaran Matriks <i>Internal Factor Analysis Strategic</i> (IFAS)	67
3.6	Gambaran Matriks <i>Eksternal Factor Analysis Strategic</i> (EFAS)	68
3.7	Matriks SWOT.....	69
3.8	Kuadaran Analisis SWOT.....	70
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	75
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenjang Pendidikan	76
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	77
4.5	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tingkat Kepentingan	79
4.6	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tujuan Konsumen	81
4.7	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Gaya Hidup	83
4.8	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Sumber Informasi	85
4.9	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Media Informasi	87
4.10	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Atribut.....	89
4.11	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Alternatif Pembelian.....	91
4.12	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Tempat Pembelian	93
4.13	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian.....	95

4.14	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan dengan Siapa saat Membeli.....	97
4.15	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Minat Konsumen	99
4.16	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Frekuensi Pembelian	101
4.17	Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian	103
4.18	Uji Validitas	107
4.19	Uji Reliabilitas	109
4.20	Tingkat Kepentingan Atribut Produk Minuman Kopi	111
4.21	Nilai Utility dengan Analisis Konjoin	114
4.22	Nilai Signifikansi Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Minuman Kopi.....	120
4.23	Matriks <i>Internal Factor Analysis Strategic</i> (IFAS)	124
4.24	Matriks <i>External Factor Analysis Strategic</i> (EFAS)	127
4.26	Hasil Matriks SWOT	136

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2021.....	1
1.2	Peningkatan Coffee Shop di Surabaya	3
2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Kerangka Pemikiran Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan	58
3.1	Kuadran Analisis SWOT.....	70
4.1	Hasil Kuadran SWOT.....	131

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	158
2	Analisis SPSS	168
3	SWOT.....	172
4	Dokumentasi.....	173