

**DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH COFFEE
SHOP KOPI KENANGAN DAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
dari Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

Arby Mauliddan Santosa

1501210361



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMLIH COFFEE SHOP KOPI KENANGAN DAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA BANDUNG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis
dari Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Arby Mauliddan Santosa

1501210361



**Universitas
Telkom**

Pembimbing,



Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.

NIP: 14720030

**SARJANA ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini, saya Arby Mauliddan Santosa, 1501210361, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Determinan Preferensi Konsumen Dalam Memilih *Coffee Shop* Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuai melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini.

Bandung, 27 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan



Arby Mauliddan Santosa

(1501210361)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH COFFEE SHOP KOPI KENANGAN DAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA BANDUNG”. Tujuan penulisan skripsi ini, yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung. Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc., selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Prof. Dr. Farida Titik Kristanti, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
3. Dr. Akhmad Yunani, S.E., M.T., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
4. Fitriani Nur Utami, S.Si., M.M., selaku wali dosen yang telah memberikan bimbingan dan dukungan akademik selama masa studi.
5. Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Sherly Artadita, S.T.P., M.B.A., M.S.M. dan Bapak Dr. Yogi Suprayogi, S.E., M.M. selaku dosen penguji skripsi penulis yang telah memberikan saran dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Keluarga Penulis, Bapak Iwan Herman Santosa, Ibu Dewi Wahyuni, dan Kakak Milla Hanifah Agustina, yang selalu memberikan penulis kasih sayang dan motivasi yang tidak terhingga selama penulis berada di bangku perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

8. Rekan-Rekan ABA: Adzra Fawnia A, Ariqah Nur H, Nadhil Alief M. A, Raisya Ayu K, dan Rizal Madha A, yang telah menemani dan membantu penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
9. Teman-Teman Badut Bandung: M. Fauzan N, M. Harsya H, dan Nadhil Alief M. A, selaku sahabat terdekat penulis dari awal hingga akhir perkuliahan, yang selalu bisa dijadikan tempat untuk berkeluh kesah bagi penulis, hingga selalu menemani dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Inti Hima Adbis 2024 (Harmonia Arete): M. Faiz R, Boggo Putra A, Dastaditya Sada M, Adinda Zamri, Rayvio Bryant, Amanda Raisa, Maytama Rizki C, Aira Bunga R, Sidiq Khoirusalim, dan Theodolf Labrica A. M, yang sudah menjadi keluarga baru bagi penulis disaat masa-masa terakhir penulis di bangku perkuliahan, serta menjadi teman-teman seperjuangan penulis di organisasi sebagai sesama pengurus inti dan jajaran *manager department*.
11. *Staff Department Secretary* Hima Adbis 2024: Dhea Zakiyah F, Nadia Pakpahan, dan Ratu Aulyvia Z, yang telah membantu penulis selama berkegiatan organisasi dan selalu berbagi tawa dan tangis bersama, keluarga kecil penulis di organisasi yang membantu penulis belajar bertanggung jawab sebagai seorang pemimpin dalam memimpin timnya.
12. Fara Hamida, Meylanda Mauludi F, Hairunnisa H, Achmad Ryan F, selaku teman-teman dekat penulis lainnya yang menjadi bagian dari cerita penulis selama berada di bangku perkuliahan dari awal hingga akhir.
13. Diri sendiri, yang telah berjuang melewati seluruh rintangan yang dihadapi dari awal hingga akhir perkuliahan, baik dari segi akademik maupun non-akademik, baik dari segi pertemanan di perkuliahan hingga di organisasi, baik di program kerja himpunan hingga himpunan, penulis bangga pada diri sendiri karena sudah bisa menyelesaikan ini semua dengan seluruh bantuan dari pihak-pihak yang telah dan selalu membantu dan menemani penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis nantikan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, 9 Juni 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arby', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

Arby Mauliddan Santosa

(1501210361)

ABSTRAK

Industri *coffee shop* di Kota Bandung berkembang pesat, menciptakan persaingan ketat yang menuntut pemahaman mendalam mengenai preferensi konsumen. Penelitian ini mengkaji determinan preferensi konsumen dalam memilih Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa, mengingat pentingnya berbagai atribut seperti fasilitas, pelayanan, hingga rasa kopi, serta adanya isu layanan yang perlu dioptimalkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen, menentukan prioritas, dan mengukur kontribusi atribut-atribut terhadap pemilihan Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Bandung, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) yang melibatkan 97 konsumen kedua merek sebagai responden.

Hasil menunjukkan persepsi umum konsumen sangat positif. Secara deskriptif, Kopi Kenangan unggul pada rasa kopi dan harga/promosi, sementara Kopi Janji Jiwa pada atmosfer dan pelayanan. Analisis AHP mengungkapkan bahwa "Fasilitas" (25,8%) menjadi prioritas utama, diikuti "Pelayanan" (20,7%) dan "Rasa Kopi" (13,4%), yang secara kolektif berkontribusi signifikan (hampir 60%) terhadap preferensi.

Penelitian ini memberikan panduan strategis bagi Kopi Kenangan (untuk meningkatkan fasilitas/pelayanan) dan Kopi Janji Jiwa (untuk mengevaluasi harga/menjaga konsistensi rasa), sambil keduanya mempertahankan keunggulan masing-masing. Riset lanjutan dapat memperdalam aspek kualitatif atau memperluas cakupan.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, *Coffee Shop*, Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa, *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

ABSTRACT

The coffee shop industry in Bandung City is rapidly developing, creating intense competition that demands a deep understanding of consumer preferences. This research examines the determinants of consumer preferences in choosing Kopi Kenangan and Kopi Janji Jiwa, considering the importance of various attributes such as facilities, service, and coffee taste, as well as service issues that need optimization.

This research aims to analyze consumer preferences, determine priorities, and measure the contribution of attributes towards the selection of Kopi Kenangan and Kopi Janji Jiwa in Bandung. This study used a quantitative descriptive method with the Analytic Hierarchy Process (AHP), involving 97 consumers of both brands as respondents.

The results indicate a very positive general consumer perception. Descriptively, Kopi Kenangan excels in coffee taste and price/promotion, while Kopi Janji Jiwa excels in atmosphere and service. The AHP analysis reveals that "Facilities" (25.8%) is the primary priority, followed by "Service" (20.7%) and "Coffee Taste" (13.4%), which collectively contribute significantly (almost 60%) to preferences.

This research provides strategic guidance for Kopi Kenangan (to improve facilities/service) and Kopi Janji Jiwa (to evaluate price/maintain taste consistency), while both maintain their respective advantages. Future research could explore qualitative aspects more deeply or expand the scope.

Keywords: *Consumer Preferences, Coffee Shop, Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa, Analytic Hierarchy Process (AHP)*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	7
1.3 Perumusan Masalah	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Landasan Teori	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	47
2.3 Kerangka Penelitian	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	57
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Operasional Variabel	60
3.3 Tahapan Penelitian	62

3.4 Populasi dan Sampel	63
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan	65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.7 Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Karakteristik Responden	72
4.2 Analisis Deskriptif.....	73
4.3 Hasil Penelitian	88
4.4 Pembahasan.....	97
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 SKRIPSI TERDAHULU.....	47
Tabel 2. 2 JURNAL NASIONAL	49
Tabel 2. 3 JURNAL INTERNASIONAL	52
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	60
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel	61
Tabel 3. 3 Skala Perbandingan Berpasangan	66
Tabel 3. 4 Klasifikasi Nilai Deskriptif	68
Tabel 3. 5 Nilai Random Index	70
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Fasilitas	74
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Pelayanan	76
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Profesionalitas SDM	78
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Rasa Kopi.....	79
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Atmosfer.....	80
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Label Kesehatan dan Kalori.....	82
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Harga Kompetitif dan Promosi Efektif.....	83
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Pengaruh Sosial dan Kebiasaan	85
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Atribut Preferensi Konsumen Dalam Memilih Kopi Kenangan dan Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung.....	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas.....	90
Tabel 4. 12 Rata-Rata Hasil Antar Atribut	91
Tabel 4. 13 Hasil Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Atribut	94
Tabel 4. 14 Kriteria Penilaian Atribut Pemilihan Coffee Shop	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Kopi Kenangan	2
Gambar 1. 2 Logo Janji Jiwa.....	3
Gambar 1. 3 Keluhan Konsumen Terkait Atribut Fasilitas	13
Gambar 1. 4 Keluhan Konsumen Terkait Atribut Pelayanan	15
Gambar 1. 5 Keluhan Konsumen Terkait Atribut Atmosfer.....	17
Gambar 1. 6 Keluhan Konsumen Terkait Atribut Profesionalitas SDM.....	19
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	57
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	62
Gambar 3. 2 Garis Kontinum.....	68
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Gambar 4. 3 Persentase Fasilitas dalam Garis Kontinum.....	76
Gambar 4. 4 Persentase Pelayanan dalam Garis Kontinum.....	77
Gambar 4. 5 Persentase Profesionalitas SDM dalam Garis Kontinum.....	79
Gambar 4. 6 Persentase Rasa Kopi SDM dalam Garis Kontinum.....	80
Gambar 4. 7 Persentase Atmosfer dalam Garis Kontinum	81
Gambar 4. 8 Persentase Label Kesehatan dan Kalori dalam Garis Kontinum.....	83
Gambar 4. 9 Persentase Harga Kompetitif dan Promosi Efektif dalam Garis Kontinum	84
Gambar 4. 10 Persentase Pengaruh Sosial dan Kebiasaan dalam Garis Kontinum....	86
Gambar 4. 11 Letak Penilaian Atribut dalam Garis Kontinum	87
Gambar 4. 12 Hasil Pengolahan Data Dengan Software AHP Priority Calculator.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan	120
Lampiran 2: Data Hasil Penyebaran Kuesioner di Kopi Kenangan.....	123
Lampiran 3: Data Hasil Penyebaran Kuesioner di Kopi Janji Jiwa.....	123
Lampiran 4: Hasil Pengolahan Data	124
Lampiran 5: Hasil Skala Perbandingan Berpasangan Antar Atribut.....	124
Lampiran 6: Hasil Perhitungan AHP	125

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Kopi Kenangan adalah perusahaan ritel minuman berbasis di Indonesia yang didirikan pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata, James Pranato, dan Cynthia Chaerunnisa. Mengusung konsep “*grab-and-go*,” perusahaan ini menawarkan kopi berkualitas, terutama kopi susu gula aren yang menjadi menu andalannya, dengan harga terjangkau. Kopi Kenangan bertujuan menjembatani kebutuhan antara kopi premium di kafe mahal dan kopi instan. Dalam waktu singkat, perusahaan berhasil menarik perhatian investor global, seperti Sequoia Capital dan memperoleh status unicorn pada tahun 2021, menjadikannya merek F&B pertama di Asia Tenggara yang meraih pencapaian tersebut (UMN, 2023; Kopi Kenangan, 2021).

Saat ini, Kopi Kenangan mengoperasikan lebih dari 600 gerai di 45 kota di Indonesia dan menjual lebih dari 3 juta cangkir kopi setiap bulan. Selain kopi, perusahaan telah memperluas produk melalui lini seperti “Cerita Roti” untuk makanan ringan, “Chigo” untuk ayam goreng, dan “Kenangan Heritage,” sebuah konsep premium yang menawarkan pengalaman kopi khusus. Beragam produk lainnya mencakup minuman berbasis teh, matcha, dan menu khusus seperti Freezy dan *soft serve ice cream*. Inovasi ini memungkinkan Kopi Kenangan menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk non-penikmat kopi (UMN 2023; Cermati, 2021).

Berdasarkan sumber yang sama, inovasi layanan, seperti aplikasi pemesanan digital, *drive-thru*, dan kolaborasi dengan mitra pembayaran,