

PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *COFFEE ROASTERY* DI
CAFE JANUS DAN *ROASTERY* KOTA BATU

SKRIPSI

Oleh :

DIVA PUTRI FEBIO PERTIWI

22001032074



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG

2025

PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *COFFEE ROASTERY* DI
CAFE JANUS DAN *ROASTERY* KOTA BATU

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh :

DIVA PUTRI FEBIO PERTIWI

22001032074



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2025

RINGKASAN

Diva Putri Febio Pertiwi (22001032074) Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian *Coffee Roastery* Di Cafe Janus Dan *Roastery* Kota Batu. Dosen Pembimbing: 1). Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. 2). Arief Joko Saputro, S.P., M.P.

Keunggulan mengkonsumsi *coffee roastery* adalah konsumen dapat mengetahui dengan pasti kualitas biji kopi mulai dari mentah. Kualitas kopi tentunya pasti bisa disesuaikan dengan selera konsumen. Cafe Janus dan *Roastery* saat ini hanya memiliki satu outlet utama yang berada di Kota Batu (Alun-Alun kota Batu). Padahal sebelumnya mempunyai beberapa outlet seperti di Kota Bekasi, Kota Malang (Jalan Sudimoro) dan di Kota Batu (Jalan Raya Beji). Tutupnya beberapa outlet menunjukkan bahwa Cafe Janus dan *Roastery* tidak bisa *survive* (bertahan) dengan adanya perubahan selera konsumen. Sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen. Tujuan pertama dilakukan penelitian ini mengetahui karakteristik konsumsi produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery*. Tujuan kedua mengetahui preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery*. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi Cafe Janus dan *Roastery* untuk mempertahankan cafenya dan penelitian ini untuk memperluas pengembangan cafe.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengolahan data menggunakan metode conjoin. Jenis analisis conjoin yang digunakan adalah *Choice Based Conjoin* (CBC). Penelitian ini dilakukan di kafe Janus dan *Roastery* tepatnya terletak di Jalan Munif Kota Batu (samping selatan alun-alun Kota Batu). Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024 sampai bulan Mei 2024. Penelitian ini mengambil 60 responden konsumen, Karena mempertimbangkan tidak diketahui jumlah dari populasi tersebut. Menurut Soegiyono (2017) ukuran sampel yang layak dalam penelitian berjumlah 50 responden. Atribut preferensi meliputi: Aroma, rasa, berat isi, jenis kopi dan tekstur.

Asal informasi juga mempengaruhi asal pengunjung yang datang. Diketahui sebanyak 29 responden (48%) mengetahui informasi terkait Cafe Janus & *Roastery* dari teman. Dalam 1 tahun frekuensi pembelian *coffee roastery* didominasi 1 kali pembelian. Jenis coffee MT Kawi Rosewood menjadi jenis *coffee roastery* yang biasa dikonsumsi oleh konsumen. Jumlah pembelian yang didominasi adalah 1 bungkus dengan jumlah 41 responden. Responden membeli *coffee roastery* lebih dominan untuk mengkonsumsi sendiri daripada dijual kembali.

Pada preferensi pembelian *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery* berat menjadi alasan utama dalam pemilihan produk *coffee roastery* dengan nilai 25.052. Disusul kemudian dengan jenis *coffee roastery* dengan nilai 22.591. Preferensi selanjutnya yaitu berdasarkan aroma (22.251), rasa (21.661) yang berkaitan dengan selera setiap konsumen, dan terakhir yaitu tekstur (8.446). dinilai berdasarkan aromanya, konsumen jauh lebih dominan menyukai aroma quackery dengan nilai sebesar 0.844. Sedangkan

untuk rasa, preferensi konsumen lebih menyukai rasa pahit kuat dengan sedikit asam ditunjukkan dengan nilai 1.445. Tekstur halus lebih dominan disukai oleh konsumen dengan nilai 0.783. Berdasarkan jenis kopi yang dominan diminati masyarakat yaitu Mt. Kawi Rosewood dengan nilai 0.987. Sedangkan berdasarkan berat isi kemasan, berat 200 gram dengan nilai 1.783 merupakan kemasan yang lebih disukai.

Saran yang dapat diberikan untuk perlu dilakukan penilaian preferensi konsumen secara berkala sehingga mengetahui *update* kesukaan konsumen, perlu dilakukan evaluasi penjualan produk secara berkala disesuaikan dengan preferensi konsumen. Pemilik cafe perlu meningkatkan produksi *coffee roastery* sesuai dengan hasil preferensi yang sudah diteliti. Mempertahankan citra dan kualitas karena asal informasi responden didominasi oleh teman.



SUMMARY

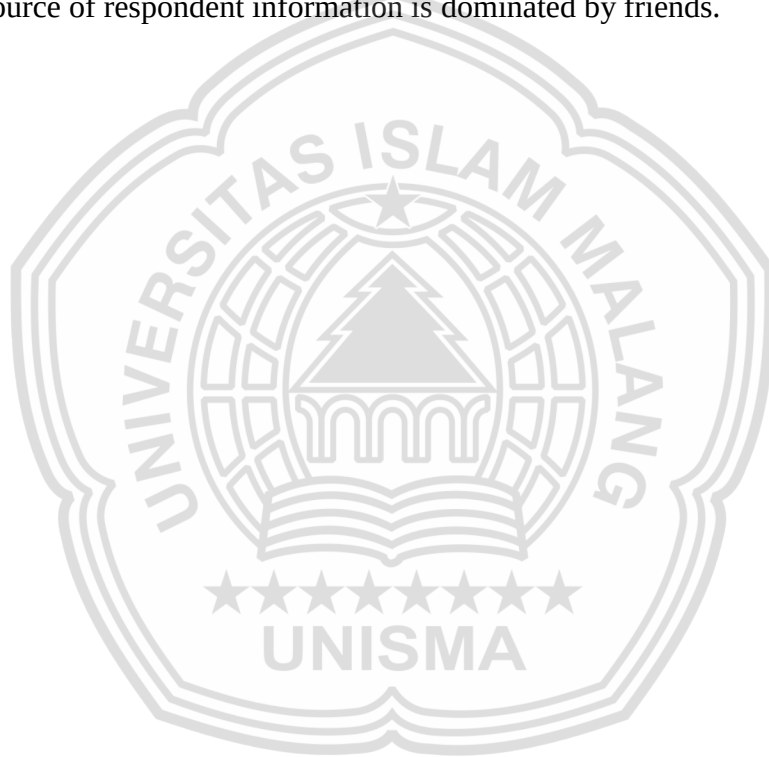
Diva Putri Febio Pertiwi (22001032074) Consumer Preferences for Purchasing Coffee Roastery at Cafe Janus and Roastery in Batu City. Supervisor: 1). Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. 2). Arief Joko Saputro, SP, MP.

The advantage of consuming coffee roastery is that consumers can know for sure the quality of coffee beans starting from raw. The quality of coffee can certainly be adjusted to consumer tastes. Cafe Janus and Roastery currently only have one main outlet located in Batu City (Alun-Alun Batu City). Whereas previously it had several outlets such as in Bekasi City, Malang City (Jalan Sudimoro) and in Batu City (Jalan Raya Beji). The closure of several outlets shows that Cafe Janus and Roastery cannot survive with changes in consumer tastes. So this study is important to determine consumer preferences. The first objective of this study is to determine the characteristics of coffee roastery product consumption at Cafe Janus and Roastery. The second objective is to determine consumer preferences for purchasing decisions for coffee roastery products at Cafe Janus and Roastery. The results of this study can be a recommendation for Cafe Janus and Roastery to maintain their cafe and this study is to expand the development of the cafe. This study uses a quantitative descriptive approach. The data processing method uses the conjoint method. The type of conjoint analysis used is Choice Based Conjoin (CBC). This study was conducted at the Janus and Roastery cafe, precisely located on Jalan Munif, Batu City (south side of the Batu City square). This study was conducted from March 2024 to May 2024. This study took 60 consumer respondents, considering the unknown number of the population. According to Soegiyono (2017) a feasible sample size in the study was 50 respondents. Preference attributes include: Aroma, taste, weight, type of coffee and texture.

The origin of information also affects the origin of visitors who come. It is known that 29 respondents (48%) know information related to Cafe Janus & Roastery from friends. In 1 year, the frequency of purchasing coffee roastery is dominated by 1 purchase. The type of MT Kawi Rosewood coffee is the type of coffee roastery that is usually consumed by consumers. The number of purchases that is dominated is 1 pack with a total of 41 respondents. Respondents buy coffee roastery more dominantly for their own consumption rather than resale.

In the preference for purchasing coffee roastery at Cafe Janus and Roastery, weight is the main reason for choosing coffee roastery products with a value of 25,052. Followed by the type of coffee roastery with a value of 22,591. The next preference is based on aroma (22,251), taste (21,661) which is related to the taste of each consumer, and

finally texture (8,446). assessed based on its aroma, consumers are much more dominant in liking the aroma of quackery with a value of 0.844. As for taste, consumer preferences prefer a strong bitter taste with a little sourness indicated by a value of 1,445. Smooth texture is more dominantly preferred by consumers with a value of 0.783. Based on the type of coffee that is dominantly in demand by the community, namely Mt. Kawi Rosewood with a value of 0.987. While based on the weight of the packaging, the weight of 200 grams with a value of 1,783 is the preferred packaging. Suggestions that can be given are that it is necessary to conduct regular consumer preference assessments so that they know the updates on consumer preferences, it is necessary to conduct regular product sales evaluations adjusted to consumer preferences. Cafe owners need to increase coffee roastery production according to the results of the preferences that have been studied. Maintaining image and quality because the source of respondent information is dominated by friends.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan minuman yang berasal dari seduhan biji kopi. Minuman kopi ditemukan oleh bangsa Ethiopia di Benua Afrika sekitar 3000 tahun (1000 SM). Dalam sejarah kopi tercatat sebagai minuman yang dapat membangun energi manusia. Sehingga sampai saat ini kopi menjadi salah satu minuman seduh yang dikonsumsi berbagai kalangan masyarakat. Menurut hasil penelitian terdahulu, minuman yang mengandung kafein dengan takaran tertentu dapat mengobati sakit kepala. Penderita *migrain* dalam kategori ringan dapat disembuhkan dengan secangkir kopi pekat (Dr. Seymour Diamond, M. D, dari Chicago's *Diamond Headache Clinic*, 1989). Kopi dapat meningkatkan penampilan mental dan memori karena kopi dapat merangsang banyak daerah dalam otak yang dapat mengatur tetap terjaga, rangsangan, *mood* dan konsentrasi (Rosyidi, 2018). Tinjauan literatur menunjukkan bahwa kafein, zat aktif pada kopi diketahui dapat berperan sebagai antagonis reseptor A2A dan penghambatan produksi Beta Amiloid yang merupakan salah satu patalogi penyakit Alzheimer (Zulkifly, et al. 2017). Asam klorogenat (Chlorogenicacid, CGA) merupakan salah satu metabolit sekunder yang dihasilkan dari biji kopi. Asam klorogenat banyak digunakan dalam sediaan kosmetik sebagai bahan pengelupas (eksfoliasi). Selain untuk pengelupasan, asam klorogenat juga dapat digunakan sebagai antioksidan, pewarna kosmetik alami, antibakteri (jerawat), selulit, dan pelangsing (Handayani, 2021).

Roastery merupakan proses pemanggangan biji kopi untuk mengeluarkan aroma dan rasa yang terkunci dalam biji kopi. *Coffee roastery* adalah sebuah bisnis kopi yang mengolah biji kopi pilihan dari petani hingga menjadi produk bubuk kopi. *Coffee roastery* menjadi salah satu kunci ciri khas pada cafe yang telah memproduksi dan memasarkan produk kopi yang telah melakukan proses *roaster* sendiri. Dengan begitu produk *coffee roaster* sudah terjamin kualitas dan higienis.

Menurut Kotler dalam (Melyani, 2016) mengatakan “Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri”.

Dari berbagai macam bisnis kopi yang menjual *coffee roastery*, salah satunya adalah Cafe Janus dan *Roastery*. Cafe Janus dan *Roastery* tidak hanya menjual produk kopi barista saja, namun Cafe Janus dan *Roastery* juga menjual produk *coffee roastery* yang diproduksi dan diolah langsung oleh Cafe Janus dan *Roastery*. Keunggulan mengkonsumsi *coffee roastery* adalah konsumen dapat mengetahui dengan pasti kualitas biji kopi mulai dari mentah. Kualitas kopi tentunya pasti bisa disesuaikan dengan selera konsumen. Selera adalah kesan yang diperoleh konsumen saat merasakan produk atau jasa yang diberikan pedagang (Latmawati, et al. 2014). Minat adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mencari, mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk (Engel 1994).

Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) terhadap sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi (Kotler, 2000). Preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, factor sosial dan faktor pribadi (Setiadi 2013). Di Kelurahan Tallunglipu Matallo Kabupaten Toraja Utara hasil penelitian terdahulu konsumen memberi poin positif terhadap atribut kopi dari segi harga produk, kemasan yang menarik dan dari segi keterkaitan produk yang menjadi perhatian konsumen dalam pengambilan keputusan (Rante, 2022). Selain itu pada penelitian terdahulu lainnya preferensi konsumen kopi di Cafe Sruput Kopi Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang beranggapan bahwa atribut kopi yang menjadi preferensi konsumen di Cafe Sruput Kopi Lubuk Pakam berdasarkan nilai utility adalah olahan produk yang tidak campuran, cita rasa yang pahit, design tempat yang nyaman, harga yang murah, penyajian kopi panas, jenis kopi robusta. Atribut kopi yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan kopi di Cafe Sruput Kopi Lubuk Pakam adalah atribut cita rasa, harga, olahan produk, penyajian kopi, design

tempat dan jenis kopi (Wibowo, 2019).

Cafe Janus dan *Roastery* memproduksi *coffee roastery* dengan berbagai macam berat kemasan dan jenis kopi. Terdapat tiga berat kemasan produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery* yaitu 200 gram, 500 gram dan 1 kg. Jenis *coffeeroastery* yang dipasarkan yaitu arabika dan robusta. Kopi robusta memiliki karakteristik yang berbeda dengan kopi arabika, baik dari fisiologis maupun cita rasa yang dihasilkan dalam minuman. Mengenai cita rasa yang dihasilkan menurut beberapa penggemar kopi, jenis arabika lebih kuat atau keras aromanya sedangkan robusta lebih lunak atau halus. Hal ini juga dipengaruhi oleh selera masing-masing penikmat kopi dalam menyeduh atau membuat minuman kopi (Rukmana, 2014). Dari ketiga berat produk dan jenis *coffee roastery* yang dipasarkan tersebut tentunya konsumen akan membeli dengan berbagai pertimbangan dan selera.

Cafe Janus dan *Roastery* saat ini hanya memiliki satu outlet utama yang berada di Kota Batu saja. Padahal sebelumnya mempunyai beberapa outlet seperti di Kota Bekasi, Kota Malang (Jalan Sudimoro) dan di Kota Batu (Jalan Raya Beji). Tutupnya beberapa outlet menunjukkan bahwa Cafe Janus dan *Roastery* tidak bisa *survive* (bertahan) dengan adanya perubahan selera konsumen. Sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen. Sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi Cafe Janus dan *Roastery* untuk mempertahankan cafenya dan penelitian ini untuk memperluas pengembangan cafe. Dengan menganalisis preferensi dan keputusan pembelian di Cafe Janus dan *Roastery* hasil tersebut juga dapat digunakan sebagai strategi pemasarannya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang tertulis, maka dengan sederhana rumusan masalah yang dapat dipetik sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam konsumsi produk *coffee roaster* di Cafe Janus dan *Roastery*?
2. Bagaimana preferensi konsumen dalam pembelian produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian skripsi

sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik konsumen dalam konsumsi produk *coffee roaster* di Cafe Janus dan *Roastery*.
2. Mengetahui preferensi konsumen dalam pembelian produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery*.

1.4 Batasan Penelitian

Guna mengetahui inti yang tepat dalam penelitian, maka terdapat batasan penelitian. Adapun beberapa batasan penelitian, yaitu:

1. Batasan analisis ruang lingkup kajian penelitian hanya berhubungan dengan bagaimana karakteristik dan preferensi konsumen terhadap pembelian *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery* di Kota Batu.
2. Batasan waktu penelitian dilakukan pada Maret 2024 sampai April 2024. Waktu pengambilan sampel pada responden dilakukan pada pukul 13.00WIB sampai 21.00 WIB karena mengikuti jam buka efektif Cafe Janus dan *Roastery*.
3. Batasan responden yang mengisi sampel yaitu semua konsumen laki-laki maupun perempuan yang melakukan pembelian produk *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery*.

1.5 Manfaat dan Output Penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian ini manfaat yang dapat dipetik untuk mahasiswa dan lembaga pendidikan yaitu:

A. Bagi Mahasiswa

Menambah sebuah pengetahuan mengenai kondisi lembaga, seperti kondisi fisik perusahaan hingga proses pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan.

1. Memperoleh berbagai ilmu mengenai bisnis suatu produk pertanian.
2. Memperoleh berbagai pengalaman nyata sebagai ketrampilan dan meningkatkan skill pada bidang agribisnis pertanian.

B. Bagi Lembaga Pendidikan

1. Terjalin sebuah ikatan dan hubungan antara Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang dengan perusahaan Cafe Janus *Roastery*.

2. Mengikuti perkembangan teknologi pertanian sehingga meningkatkan kualitas pendidikan.

C. Bagi Cafe Janus dan *Roastery* dan *cafe shop* lainnya

1. Sebagai evaluasi preferensi konsumen bagi Cafe Janus dan *Roastery*.
2. Sebagai pandangan atau tinjauan bagi bisnis *cafe shop* lainnya.

1.5.2 Output Penelitian

1. Merilis karya ilmiah penelitian berjudul “Preferensi Konsumen Dalam Pembelian *Coffee Roastery* di Cafe Janus dan *Roastery* Kota Batu” yang dimuat di Seagri.





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan data diatas, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Karakteristik konsumen dan konsumsi *coffee roastery* di Cafe Janus dan *Roastery* diketahui bahwa konsumen mengetahui informasi *coffee roastery* dari teman. Dalam satu tahun frekuensi pembelian didominasi dengan pembelian sebanyak satu kali sejumlah 33 responden. Jenis produk *coffee roastery* yang biasa dikonsumsi oleh konsumen adalah Mt. Kawi Rosewood. Dengan jumlah pembelian didominasi sebanyak 1 pcs dengan jumlah responden 41. Berdasarkan penggunaan, responden lebih dominan untuk konsumsi sendiri dengan jumlah 53 responden dari 60 responden.
2. Berdasarkan uji konjoin preferensi konsumen, diketahui bahwa konsumen lebih menyukai aroma *quackery* dengan rasa pahit kuat sedikit asam, yang dijual dengan kemasan 200 gram, dengan jenis kopi Mt. Kawi Rosewood yang bertekstur halus.

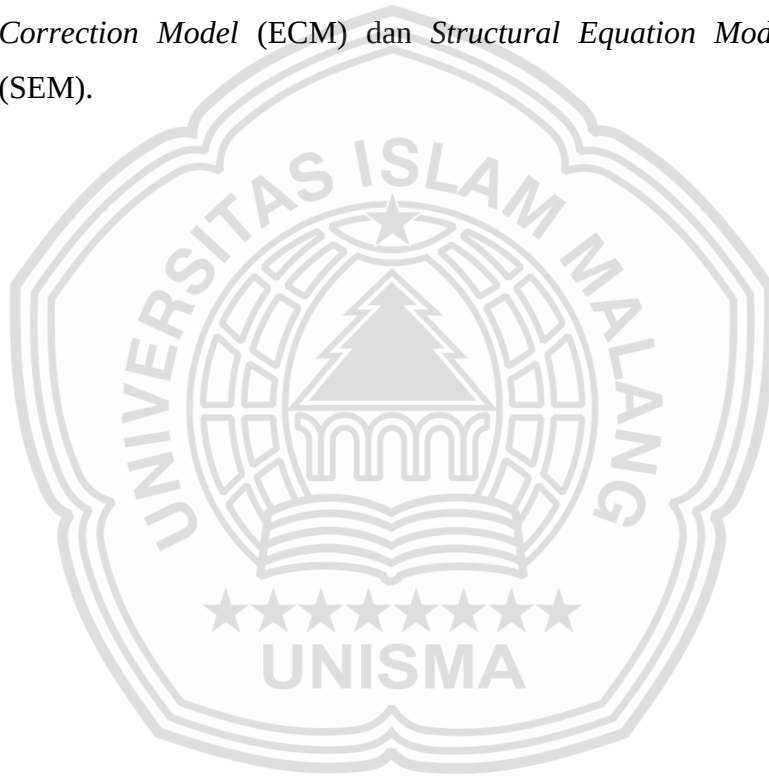
5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Cafe Janus dan *Roastery* perlu melakukan penilaian preferensi konsumen secara berkala sehingga mengetahui update kesukaan konsumen lebih diminati, selain itu evaluasi penjualan produk secara berkala dengan disesuaikan dengan preferensi konsumen. Pemilik cafe modern perlu konsisten dalam memposting informasi produk, kegiatan di Cafe Janus dan *Roastery*, lokasi dan lain-lain dalam sosial media. Sebagai tambahan peneliti menyarankan untuk untuk menyewa model endorsement serta memasarkan melalui ecomerse seperti tiktok dan shopee. Cafe Janus dan *Roastery* diharapkan dapat produksi *coffee roastery* sesuai dengan hasil preferensi yang sudah¹

diteliti. Mempertahankan citra dan kualitas karena asal informasi responden didominasi oleh teman. Dalam jangka pendek bisa memaksimalkan produksi sesuai hasil penelitian dengan memperbanyak persediaan *coffee roastery* Mt. Kawi Rosewood dengan kemasan 200 gram dengan tekstur halus.

2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan meneliti mengenai produksi *coffee roastery*, manajemen pemasaran *coffee roastery* dan Kesejahteraan Karyawan. Sangat disarankan menggunakan metode lain untuk peneliti selanjutnya seperti metode *Error Correction Model* (ECM) dan *Structural Equation Modeling* (SEM).



DAFTAR PUSTAKA

- Ariff, Mohamed, Muhammad Nejatullah Siddiqi, dan Paola Pizzo. "Pajak Agama dan Filantropi dalam Islam Asia Tenggara/Pengantar oleh Andrea Pacini; tulisan oleh Mohamed Ariff, Muhammad Nejatullah Siddiqi, Taufik Abdullah dkk." (1997): 1-215.
- Setiadi, N. J. (2013). Perilaku Kreatif Pekerja Call Center: Peran Komunikasi dan Dukungan Training Center. *Binus Business Review*, 4(2), 644-654.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548- 562.
- Budi, D. A. S., Sudarma, I. M., & Agung, I. D. G. (2020). Preferensi Konsumen terhadap Kedai Kopi di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 9(3), 286-293
- Purnamasari, M., & Saptadinata, A. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Lim Kopi Tangerang. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3), 156-165.
- Suriasumantri, J. S. (1986). Ilmu dalam perspektif moral, sosial, dan politik: sebuah dialog tentang dunia keilmuan dewasa ini. Gramedia.
- Polancik, G. (2009). Metode Penelitian Empiris. Jakarta: Poster.
- Darmadi, H. (2014). Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Teori Konsep Dasar dan Implementasi. Bandung: Alfabeta, 190.
- Saputro, E. P., & Arikunto, S. (2018). Keefektifan manajemen program pembelajaran BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) di kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 6(1), 122-138.
- Vanderstoep, SW, & Johnston, DD (2009). Alat penelitian kualitatif: Wawancara, kelompok fokus, dan observasi. SW Vanderstoep, & DD Johnston, Metode penelitian untuk kehidupan sehari-hari, 224-225.
- Ernanda, Dimas, and Sugiyono Sugiyono. "Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.10 (2017).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar metodologi penelitian. literasi media publishing.

- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Amirin, T.
- M. (1989). Pokok-pokok teori sistem.
- Anderson, R. E., Hair, J. F., Bush, A. J., Almada, M. G. C., & Almada, J. C. (1995). *Administración de ventas*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill.
- Joseph, F. H. J. R., Barry, J. B., Rolph, E. A., & Rolph, E. A. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Sarwono, J., & Martadiredja, T. (2008). *Riset bisnis untuk pengambilan keputusan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Mattjik, A. A., & Sumertajaya, I. M. (2011). *Sidik Peubah Ganda*. Departemen Statistik. FMIPA-IPB, Bogor.
- Rozy, F. (2017). *Penerapan Analisis Konjoin Dalam Menentukan Preferensi Mahasiswa Fakultas Mipa Universitas Brawijaya Dalam Memilih Program Studi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Mipa Universitas Brawijaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ramadhan, M. A., & Sugiyono, S. (2015). Pengembangan sumber dana sekolah pada sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(3), 340-351.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia. Nuraini R, EKa.
- Diamond, Seymour. *Migraine Headache Its Diagnosis and Treatment*. The Clinical journal of pain, 1989, 5.1: 3-10.
- Rosyidi, M. (2018). *Hubungan Antara Lama Mengonsumsi Kopi Dengan Kadar Kolesterol* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Zulkifly, Steven, Irene Darmawan, and Victor Tambunan. "Manfaat Kopi Untuk Mencegah Penyakit Alzheimer." *Cermin Dunia Kedokteran* 44.10 (2017): 401391.
- Handayani, Retty, and Fadzilla Muchlis. "Manfaat Asam Klorogenat Dari Biji Kopi (Coffea) Sebagai Bahan Baku Kosmetik." *Fitofarmaka: Jurnal Ilmiah Farmasi* 11.1(2021):43-50.

Melyani, Melyani. "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distri-versa Buana Studi Kasus pada pemakai Balsem cap Macan di Jakarta." *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 16.2 (2016).

Latmawati, Yulna Dewita Hia, and Ribka Verawati. "Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongan 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Wiga* 4 (2014).

James F. Engel (1994), pengertian perilaku konsumen, dalam buku *Perilaku Konsumen*, Edisi 6 : jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.

Kotler. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

Setiadi, Nugroho J. "Perilaku Kreatif Pekerja Call Center: Peran Komunikasi dan Dukungan Training Center." *Binus Business Review* 4.2 (2013): 644-654.

RANTE, E. (2022). *Preferensi Konsumen Lokal Terhadap Produk Kopi Lokal Di Kelurahan Tallunglipu Matallo Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).

Wibowo, A. "Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Cafe Sruput Kopi (Studi Kasus: Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang) (Doctoral dissertation)." (2019).

Rukmana, R. (2014). *Untung selangit dari agribisnis kopi*. Yogyakarta: Lily Publisher.

Pristianto, E. J., Arisesa, H., & Rahman, A. N. (2016). Sistem Pengendali Pemanas Pemanggang Kopi Menggunakan Logika Fuzzy. *INKOM Journal of Informatics, Control Systems, and Computers*, 10(2), 67-74.

Simonson, I. (1989). Pilihan berdasarkan alasan: Kasus ketertarikan dan efek kompromi. *Jurnal penelitian konsumen*, 16 (2), 158-174.

Sopiyan, P., & Gunawan, K. (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Panineungan Maja Kabupaten Majalengka. *MAKSI*, 5(2).

Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: bpfe.

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.

Febrianti, Atika, and Aminah Happy Moninthofa Ariyani. 2022. "Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Pempek Kering Cakalang HJ. Soraya." *Agriscience* 3(1): 72–85. doi:10.21107/agriscience.v3i1.15259.

Keputusan, Terhadap, and Pembelian Obat. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik (Studi Pada Konsumen Di Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang)." *XIX*(3): 172–87.

Wibowo, Aditya. 2022. "Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Cafe Sruput Kopi (Studi Kasus: Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang)." 19.

AAK.2002. *Budidaya Tanaman Kopi*. Kanisius, Yogyakarta.

Ahman, Eeng. 2007. *Membaca Kompetensi Ekonomi*. Bandung: Grafindo Media Pratama.

Antriandarti, Ernoiz. *Ekonomika Mikro untuk Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: Nuhamedika.

Albari, A., & Amalia, D. (2008). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Paket Atribut Spesifikasi Produk Sebagai Compromise Effect Terhadap Pembelian Notebook*.

Ali, D., Budi, S., & Sudarma, M. (2020). *Preferensi Konsumen Terhadap Kedai Kopi Di Kota Denpasar*.

Dya Ana Pamartha, EdyYulianto, S. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dan Keputusan Pembelianartu Seluler Simpati*.

Purnamasari, M., & Saptadinata, A. (2023). *Preferensi Konsumen Tedrhada Produk Minuman Kopi Di Lim Kopi Tangerang*.

Sutarni, S., Trisnanto, T. B., & Unteawati, B. (2018). *Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Di Kota Bandar Lampung*.

Utami, N.A., & Tamami, N.D.B. (2020). *Preferensi Konsumen Terhadap Batik Tulis Di Pamekasan*.

Warda, H., Nawansih, O., Yuliana, N., & Nurdin, S. U. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pengembangan Camilan Kopi*.



Zain, N. M. (2017). Analisis Choice Based Conjoint Pada Preferensi Mahasiswa Universitas Brawijaya Dalam Pemilihan Paket Kursus TOEFL Preparation (Studi Pada Peserta Didik Brawijaya Language Center Tahun 2017, Universitas Brawijaya, Kota Malang).

Steven, Z., Irene, D., & Victor, T. (2017). Manfaat Kopi Untuk Mencegah Penyakit Alzheimer.

Dini, K. M. (2021) 20 Jenis Kopi Nusantara Indonesia Jadi Rebutan Pemburu Kopi Di Pameran Coffex Istanbul. Surat Dunia Media Perantau Indonesia, 16 September 2021.



