

SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN DAN KEPUTUSAN KONSUMEN
TERHADAP *COFFEE SHOP* DEKULTUR DI KECAMATAN
ILIR BARAT 1 KOTA PALEMBANG SUMATERA SELATAN**

***LEVEL OF SATISFACTION AND CONSUMER DECISIONS OF
COFFEE SHOP DEKULTUR IN ILIR BARAT 1 DISTRICT,
PALEMBANG CITY, SOUTH SUMATRA***



**Muhammad Samsu Arya Abdillah
05011382025176**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

SUMMARY

MUHAMMAD SAMSU ARYA ABDILLAH. Level Of Satisfaction And Consumer Decisions Of Coffee Shop Dekultur In Ilir Barat 1 District, Palembang City, South Sumatera (Supervised by **HENNY MALINI**)

The habit of drinking coffee is currently a new trend that is developing in various levels of society. The increasing demand for coffee has encouraged the emergence of various brands, cafes and coffee shops in big cities. In supporting people's coffee lifestyle, Kopi Dekultur serves coffee without preservatives, which can be enjoyed by various groups, both young and old. Dekultur Coffee relies on local coffee raw materials purchased directly from the best farmers in Indonesia. The coffee beans have a distinctive aroma, including elements such as smoke from the beans, fruity notes, flowers and a slight herbal touch. The aim of this research is to analyze the characteristics of Dekultur Coffee Shop consumers, to find the level of consumer satisfaction and decisions using the CSI and IPA methods. This research was conducted in May 2024 at the Dekultur Coffee Shop. Dekultur Coffee Shop, which was founded in 2019 by Bimo Perkasa in Palembang, is a coffee shop that is quite popular among young people. One of the selling points highlighted by this Coffee Shop is that it has a beautiful and comfortable place and delicious coffee taste. This Dekultur Coffee Shop has a comfortable place and complete facilities such as wifi, AC, prayer room, clean toilet, which makes consumers feel comfortable when doing assignments, working from the cafe, meeting friends, or just unwinding or just hanging out. The method used was descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) involving 40 respondents. The CSI result of 86.82 percent shows that the majority of consumers are very satisfied with the performance provided by Dekultur Coffee Shop. However, there are several attributes that have a low level of performance. The IPA method shows product attributes according to the picture on the menu, taste according to price, comfort and safety, greeting consumers, friendliness of the barista, speaking etiquette of the barista, level of speed of the barista, price offered. as an attribute that has a high level of importance. As well as the results of calculations using a Likert Scale which shows an average value of 4.43 and falls into the Very High criteria.

Keywords: CSI and IPA, characteristics, consumers, purchasing decisions, satisfaction

RINGKASAN

MUHAMMAD SAMSU ARYA ABDILLAH. Tingkat Kepuasan dan Keputusan Konsumen Terhadap *Coffee Shop* Dekultur di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang Sumatera Selatan (Dibimbing Oleh **HENNY MALINI**)

Kebiasaan minum kopi saat ini menjadi tren baru yang berkembang di berbagai lapisan masyarakat. Permintaan kopi yang meningkat mendorong munculnya berbagai merek, kafe, dan kedai kopi di kota-kota besar. Dalam mendukung gaya hidup ngopi masyarakat, Kopi Dekultur menyajikan kopi tanpa pengawet, yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, baik anak muda maupun orang tua. Kopi Dekultur mengandalkan bahan baku kopi lokal yang dibeli secara langsung dari petani terbaik di Indonesia. Biji kopinya memiliki aroma khas, mencakup elemen-elemen seperti asap dari kacang-kacangan, aroma buah, bunga, dan sedikit sentuhan herbal. Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis karakteristik konsumen *Coffee Shop* Dekultur, mencari tingkat kepuasan dan keputusan konsumen menggunakan metode CSI dan IPA. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024 di *Coffee Shop* Dekultur. *Coffee Shop* Dekultur yang didirikan pada Tahun 2019 oleh Bimo Perkasa di Palembang merupakan salah satu *Coffee Shop* yang cukup populer di kalangan anak muda. Salah satu nilai jual yang ditonjolkan oleh *Coffee Shop* yang satu ini adalah memiliki tempat yang asri dan nyaman serta rasa kopi yang nikmat. *Coffee Shop* Dekultur ini mempunyai tempat yang nyaman dan fasilitas yang lengkap seperti *wifi*, AC, Musholla, Toilet yang bersih, yang membuat konsumen bisa merasa nyaman ketika mengerjakan tugas, *Work From Cafe*, bertemu teman, atau hanya sekedar melepas penat atau sekedar berkumpul. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan melibatkan 40 orang responden. Untuk hasil CSI sebesar 86.82 persen menunjukkan sebagian besar konsumen merasa sangat puas akan kinerja yang diberikan oleh *Coffee Shop* Dekultur. Namun, terdapat beberapa atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah. Metode IPA menunjukkan atribut produk sesuai dengan gambar di menu, cita rasa sesuai dengan harga, kenyamanan dan keamanan, menyapa konsumen, keramahan barista, etika berbicara barista, tingkat kecepatan barista, harga yang ditawarkan. sebagai atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Serta hasil dari perhitungan menggunakan Skala *Likert* yang menunjukkan hasil nilai rata-rata sebesar 4,43 dan masuk ke kriteria Sangat Tinggi.

Kata Kunci: CSI, IPA, karakteristik, kepuasan, keputusan pembelian, konsumen

SKRIPSI

**TINGKAT KEPUASAN DAN KEPUTUSAN KONSUMEN
TERHADAP *COFFEE SHOP* DEKULTUR DI KECAMATAN
ILIR BARAT 1 KOTA PALEMBANG SUMATERA SELATAN**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Muhammad Samsu Arya Abdillah
05011382025176**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**TINGKAT KEPUASAN DAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP
COFFEE SHOP DEKULTUR DI KECAMATAN ILIR BARAT I KOTA
PALEMBANG SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh

Muhammad Samsu Arya Abdillah
05011382025176

Indralaya, Oktober 2024

Pembimbing



Henny malini, S.P., M.Si
NIP. 197904232008122004

Mengetahui,

Fakultas Pertanian Un Sri



Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul "Tingkat Kepuasan dan Keputusan Konsumen Terhadap *Coffee Shop* Dekultur di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang Sumatera Selatan " oleh Muhammad Samsu Arya Abdillah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 17 September 2024 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|--------------------|---------|
| 1. Dr. Serly Novita Sari, S.P., M. Si.
NIP 198909112023212042 | Ketua Penguji | (.....) |
| 2. Reshi Wahyuni, S.P., M. Si.
NIP 199106192024211001 | Sekretaris Penguji | (.....) |
| 3. Dwi Wulan Sari, S.P., M. Si., Ph.D.
NIP 198607182008122005 | Penguji | (.....) |
| 4. Henny Malini S.P., M. Si.
NIP 197904232008122004 | Pembimbing | (.....) |

Indralaya, Oktober 2024

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Samsu Arya Abdillah

NIM : 05011382025176

Judul : Tingkat Kepuasan dan Keputusan Konsumen *Coffee Shop* Dekultur di
Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang Sumatera Selatan

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Palembang, Oktober 2024

Muhammad Samsu Arya Abdillah

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 07 April 2001 di Palembang, Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Orang tua bernama Rudi Hartono dan Umi Ichwati. Alamat penulis yaitu, Komplek Garuda Putra 3 Blok N No 01 Rt 24 Rw 005, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Sukarami, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan.

Penulis memulai Pendidikan Sekolah Dasar (SD), yaitu di SD Negeri 146 Palembang pada tahun 2007, dan lulus pada tahun 2013. Setelah lulus SD, penulis melanjutkan pendidikan kejenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 26 Palembang. Setelah lulus dari SMP, penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 15 Palembang. Sekarang penulis sedang menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya. Program Studi Agribisnis angkatan 2020.

Selama masa pendidikan di Universitas Sriwijaya, penulis juga aktif dalam organisasi HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) sebagai anggota dinas PPSDM. Saat ini penulis masih aktif menyelesaikan Pendidikan di Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan dan Keputusan Konsumen *Coffee Shop* Dekultur di Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang Sumatera Selatan” dapat diselesaikan secepatnya.

Dalam pengerjaan skripsi ini banyak hambatan yang dilalui, akan tetapi penulis banyak memperoleh dukungan, bantuan, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi ini.
2. Dua orang paling istimewa dan berjasa dalam hidup penulis, Ibu Umi Ichwati dan Bapak Rudi Hartono. Terimakasih telah memberikan cinta, kasih sayang, dukungan serta doa yang senantiasa terucap disetiap langkah dan keputusan yang penulis ambil, tanpa doa dan dukungan kalian mungkin penulis tidak dapat sampai pada titik ini. Untuk kedua orang tuaku yang paling kucintai terutama ibu terima kasih telah berjuang untuk anak-anaknya.
3. Ibu Henny Malini, S.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing akademik yang senantiasa dan ikhlas memberikan bimbingan, arahan, dan waktu untuk penulis dalam penulisan dan pengerjaan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.S.i. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin sehingga mempermudah penulis untuk mengerjakan skripsi dan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu yang berguna dan bermanfaat dalam dunia perkuliahan dan jajaran staff akademik Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian maupun staff Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik kampus Palembang maupun kampus Indralaya.
6. Untuk orang yang penulis sayangi yakni, Nugraha Abi Putra, Annisa Azura Wati, dan Cahya Damayanti. Terimakasih telah memberikan cinta, kasih sayang, dukungan serta doa yang senantiasa terucap disetiap langkah dan

keputusan yang penulis ambil, tanpa doa dan dukungan kalian mungkin penulis tidak dapat sampai pada titik ini.

7. *Circle* Krui Kuy 4 5 6, Farah Aldin Humairah, Indi Rahayu Lestari, Nessya Nuragli, Arinda Ramadhani, Fradio Sujatmiko, Fitri Aryani, Aliyah Rubby, Muhammad Triyoga, Eko Perdana, David Andreas, Abdul Raup, Kartika Dian, Afif Dafiansyah, dan Ridho Fitriando yang selalu mendengarkan keluh kesah dalam pengerjaan skripsi ini. Terimakasih karna sudah selalu ada serta memberikan kasih sayang dan mau dianggap sebagai “*Rumah*”.
8. Teman seperjuangan bimbingan Ibu Henny Malini, S.P., M.Si., Afif Dafiansyah, Rini Afrianti, Erwin, Rohandi Yusuf, Reza, Maul, dan Tetti. Terimakasih atas kebersamaan, semangat dan motivasinya.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Tanaman Kopi.....	5
2.1.2. Konsepsi Konsumen.....	9
2.1.3. Konsepsi Pengambilan Keputusan.....	12
2.1.4. Konsepsi Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.5. Konsepsi Metode CSI dan IPA	17
2.2. Model Pendekatan	19
2.3. Hipotesis.....	20
2.4. Batasan Operasional.....	21
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Tempat dan Waktu	24
3.2. Metode Penelitian.....	24
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data	25
3.5. Metode Pengolahan Data	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian	34
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi.....	34
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi.....	35
4.1.2. Keadaan Cuaca dan Iklim	35

	Halaman
4.2. Keadaan Umum <i>Coffee Shop</i> Dekultur	36
4.2.1. Sejarah <i>Coffee Shop</i> Dekultur	36
4.3. Karakteristik dan Keputusan Konsumen <i>Coffee Shop</i> Dekultur	36
4.3.1. Karakteristik Konsumen.....	37
4.3.2. Keputusan Konsumen <i>Coffee Shop</i> Dekultur.....	39
4.3.3. Tingkat Kepuasan Konsumen <i>Coffee Shop</i> Dekultur.....	45
4.3.4. Indeks Kepuasan Konsumen	45
4.3.5. Strategi Yang Dilakukan Oleh <i>Coffee Shop</i> Dekultur.....	51
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	10
Tabel 3.1. Uraian Indikator Modal Sosial.....	27
Tabel 3.2. Nilai Interval Kelas	29
Tabel 3.3. Interpretasi <i>Customer Satisfaction Index</i>	30
Tabel 3.4. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan.....	31
Tabel 4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4. Motivasi Konsumen Untuk Berkunjung	40
Tabel 4.5. Sumber Informasi Konsumen	41
Tabel 4.6. Evaluasi Alternatif Oleh Konsumen	42
Tabel 4.7. Keputusan Pembelian Oleh Konsumen.....	43
Tabel 4.8. Keputusan Pembelian Oleh Konsumen.....	44
Tabel 4.9. Analisis CSI	46
Tabel 4.10. Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	47
Tabel 4.11. Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Model Pendekatan Secara Diagramatik	19
Gambar 3.1. Diagram Kartesius <i>Important Performance Analysis</i>	32
Gambar 4.1. Diagram Kartesius <i>Important Performance Analysis</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Denah Lokasi Penelitian.....	60
Lampiran 2. Identitas Responden.....	61
Lampiran 3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	63
Lampiran 4. Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	67
Lampiran 5. Foto Bersama Responden	73

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman kopi (*Coffea spp.*) merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Kopi memiliki potensi untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik didalam maupun luar negeri (Afriliana, 2018).

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor yang sangat penting bagi Indonesia. Berdasarkan data, pada Tahun 2010, nilai ekspor kopi Indonesia mencapai US\$ 588,329,553.00, meskipun terdapat catatan impor senilai US\$ 9,740,453.00. Kopi telah lama dikenal baik di dalam maupun di luar negeri. Sebagai komoditas perkebunan, kopi memainkan peran vital dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Hal ini terlihat dari kontribusinya yang signifikan terhadap devisa negara, menjadi salah satu sektor ekspor non migas, serta menciptakan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi para petani kopi dan pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam berbagai tahapan, seperti budidaya, pengolahan, dan distribusi. Secara botanis, kopi merupakan tanaman tropis yang dapat tumbuh hampir di seluruh tempat, kecuali di lokasi dengan ketinggian ekstrem dan suhu yang sangat dingin (Supriatna Soni, 2014).

Provinsi Sumatera Selatan menempati peringkat kedua sebagai salah satu produsen kopi terbesar di Pulau Sumatera. Lokasinya terutama terletak di daerah penghasil kopi Robusta di Dataran Tinggi Besemah, yang mencakup beberapa kabupaten, seperti Lahat, Muara Enim, Pagar Alam, dan Empat Lawang. Menurut data dari Direktorat Jenderal Perkebunan, luas perkebunan kopi di area ini mencapai 250.212 hektar, dengan produksi sebanyak 212,4 ribu ton atau setara dengan 25% dari total produksi kopi nasional pada Tahun 2022.

Seluruh kegiatan pertanian kopi di Sumatera Selatan dikerjakan oleh masyarakat, dengan partisipasi sekitar 205.075 petani. Mayoritas kelompok petani kopi ini lebih memilih untuk menjual biji kering (*coffee beans*) sebagai bahan mentah (hulu) yang menjadi komoditas ekspor, dibandingkan dengan melakukan pengolahan lanjutan (hilir) (Bappeda Kota, 2020).

Kebiasaan minum kopi saat ini menjadi tren baru yang berkembang di berbagai lapisan masyarakat. Permintaan kopi yang meningkat mendorong munculnya berbagai merek, kafe, dan kedai kopi di kota-kota besar. Meskipun banyak merek yang bermunculan, target pasar yang diincar oleh setiap merek tersebut beragam. Dalam konteks ini, budaya konsumsi kopi umumnya dilakukan di *Coffee Shop* di kota-kota besar, sementara masyarakat desa atau kota-kota kecil cenderung menikmati kopi di kedai atau warung kopi (Diwanggoro, 2016).

Tempat-tempat yang menyajikan kopi, seringkali dikenal sebagai warung kopi atau kedai kopi. *Coffee Shop* hadir di berbagai lokasi, mulai dari daerah terpencil hingga pusat perkotaan. Kehadiran beragam *Coffee Shop* memberikan konsumen banyak pilihan. Oleh karena itu, konsumen menjadi tertarik untuk mengunjungi *Coffee Shop* tertentu (Martauli, 2018).

Perkembangan bisnis *Coffee Shop* yang pesat tidak dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang panjang. Tingginya tingkat persaingan menyebabkan persaingan bisnis *Coffee Shop* menjadi sengit, karena konsumen memiliki berbagai opsi untuk memenuhi kebutuhan mereka akan ketersediaan dan layanan kopi. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di antara *Coffee Shop*, para pengelola usaha harus tidak hanya memiliki kemampuan untuk menjual produk mereka, tetapi juga harus memiliki keahlian pemasaran yang optimal. Hal ini bertujuan agar minat konsumen untuk mengunjungi dan menikmati kopi tidak berkurang, bahkan meningkat, meskipun ada banyak pesaing baru. Dengan munculnya pesaing baru, diharapkan *Coffee Shop* dapat tetap memenuhi kebutuhan konsumen di tengah persaingan yang ketat saat ini (Nurikhsan, 2019).

Coffee Shop yang diberi nama Kopi Dekultur ini didirikan pada Tahun 2019 di Kota Palembang, berlokasi di Jl. Wirajaya II No.44, Siring Agung, Kec. Ilir Barat 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Dalam mendukung gaya hidup ngopi masyarakat, Kopi Dekultur menyajikan kopi tanpa pengawet, yang dapat dinikmati

oleh berbagai kalangan, baik anak muda maupun orang tua. Kopi Dekultur mengandalkan bahan baku kopi lokal yang dibeli secara langsung dari petani terbaik di Indonesia. Biji kopinya memiliki aroma khas, mencakup elemen-elemen seperti asap dari kacang-kacangan, aroma buah, bunga, dan sedikit sentuhan herbal. Tingkat keasaman kopinya yang tinggi juga memberikan kesan kesegaran yang tetap terasa dalam mulut setelah diminum. Dalam rentang waktu Tahun 2021 hingga 2022, pertumbuhan jumlah *Coffee Shop* di Kota Palembang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini juga berdampak terhadap jumlah pengunjung yang datang ke *Coffee Shop* Dekultur hingga hari ini dengan rata-rata jumlah pengunjung 2.000-3.000 pengunjung yang mendatangi *Coffee Shop* Dekultur setiap bulannya. Terjadi juga lonjakan pesat dalam jumlah *Coffee Shop* yang menawarkan fasilitas modern, ruang yang lebih canggih, dan variasi menu yang lebih beragam. Fenomena ini mencerminkan tingkat persaingan bisnis yang ketat. Oleh karena itu, manajemen *Coffee Shop* Dekultur perlu memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen saat ini, serta memproyeksikan perkembangan di masa mendatang. Pengetahuan ini menjadi kunci penting bagi manajemen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen di *Coffee Shop* Dekultur ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap *Coffee Shop* Dekultur?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Dekultur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen di *Coffee Shop* Dekultur.

2. Menganalisis tingkat kepuasan dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap *Coffee Shop* Dekultur.
3. Menilai strategi yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Dekultur.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan terhadap berbagai pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi masyarakat, sebagai bahan informasi bagi pemilik *Coffee Shop* untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap strategi dalam kepuasan konsumen *Coffee Shop* dan sebagai referensi terhadap konsumen untuk memilih *Coffee Shop*.
2. Bagi pemerintah, sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait dengan kepuasan konsumen dan *Coffee Shop*.
3. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta salah satu prasyarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M. F. 2014. *Analisis Keragaman morfologi koleksi tanaman kopi arabika dan robusta Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar Sukabumi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Apriyani, D. A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2) : 1-7.
- Diwangkoro, E., & Dewi Eka Murniati, M. M. 2017. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas kopi dan kualitas pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology* : 6(2).
- Fanda, N. M., & Slamet, M. R. 2019. Pengaruh Gaji, Jam Kerja Fleksibel Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Di Kota Batam. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 3(1) : 81-95.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. 2020. Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan *coffee shop* di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1) : 51-62.
- Ibrahim, A. M. M. 2021. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi arabika di Otten coffee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 20(1) : 1(1).
- Indahingwati, Asma. 2019. *Kepuasan Konsumen*. CV Jakad Publishing:Surabaya International Coffee Organization (ICO). ICO Annual Review 2019-2020. International Coffee Organization.
- Maharani, N. 2015. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 12(1) : 59-75.
- Martauli, E. D. 2018. Analisis produksi kopi di Indonesia. *Journal of agribusiness sciences*, 1(2) : 112-120.
- Maulana, M. A. 2018. *Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Taman Kopi Serang di Kota Serang serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran*.

- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. 2018. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). *In Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. 2019. Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nurikhsan, F. 2019. Fenomena Coffee shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2) : 137-144.
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136-140.
- Rahhadiski, J. D. 2020. *Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen Coffee shop koplo di Jakarta Utara* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. 2016. Identifikasi kepuasan konsumen ditinjau dari segi harga dan kualitas pada restoran abuba steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1) : 51-65.
- Satyajaya, W., Rangga, A., Nurainy, F., & Al Rasyid, H. 2014. Proses pengambilan keputusan konsumen dan atribut produk kopi instan dalam sachet [consumer decision making process and product attributes of instant coffee]. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 19(3) : 297-306.
- Sholeha, C. W. 2019. *Analisa Kadar Kafein Pada Kopi Jenis Robusta dengan Menggunakan Spektrofotometri Ultraviolet* (Doctoral dissertation, Institut Kesehatan Helvetia).
- Statistik, B. P. 2020. Provinsi Sumatera Selatan. 2020. *Data Luas Lahan Pertanian di Provinsi Sumatera Selatan*. Subject, 53.
- Supriatna, S., & Aminah, M. 2014. Analisis strategi pengembangan usaha kopi luwak (studi kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey, Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(3) : 227-243.

- Susanti, S. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee RR Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Wijaya, G. A. 2017. Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Café Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Vosco Coffee Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* : 5(2).
- Winowatan, W. J., Suarta, I. P., & Sukarana, M. 2020. TULIP: *Tulisan Ilmiah Pariwisata. Tulisan Ilm. Pariwisata*, 3(2) : 42-48.