

Preferensi Konsumen Terhadap Produk Fellow Coffee Manado Dan Fellow Coffee Bitung

Consumer Preferences For Products Fellow Coffee Manado And Fellow Coffee Bitung

Geraldo Putra Mewanglo ^{(1)(*)}, **Grace Adonia Josefina Rumagit** ⁽²⁾, **Lyndon R.J. Pangemanan** ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: geraldomewanglo034@student.unsrat.ac.id

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Selasa, 10 Oktober 2023

Disetujui diterbitkan

: Rabu, 31 Januari 2024

ABSTRACT

This research aims to determine the characteristics and preferences of Fellow Coffee Manado and Fellow Coffee Bitung consumers with 4 attributes, namely price, variants, facilities and service. The research was carried out from June to August 2023. The data collection method used was primary and secondary data. The data collection method used was primary and secondary data. Respondents in this study consisted of 84 samples taken totaling 42 respondents for each location. The sampling technique used was purposive sampling. Data measured using a Likert scale were analyzed using conjoint analysis. In the data processing process, using the SPSS version 27 program as a tool, the data is presented in table format and explained descriptively. The research results show that the order of attributes that have the highest utility for Fellow Coffee Manado is the price attribute of IDR 20.000-IDR 25.000 and the second utility is IDR 25.000-IDR 30.000. Attributes of fellow iced milk coffee variants and the second utility of Cafe Latte. The facility attributes free wifi and utility of both table and chair layouts. The service attributes are fast and the second utility is friendly. Meanwhile, the attribute that has the highest utility for Fellow Coffee Bitung is the price attribute of IDR 20.000-IDR 25.000 and the second utility is IDR 25.000-IDR 30.000. Attributes of the fellow's iced coffee milk variant and the second utility of salted caramel macchiato. The facility attribute is the availability of electrical plugs and utilities, both the layout of tables and chairs. Friendly service attributes and fast second utility.

Keywords : preference; creative economy; consumer

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan preferensi konsumen Fellow Coffee Manado dan Fellow Coffee Bitung dengan 4 atribut yaitu harga, varian, fasilitas, dan pelayanan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai Agustus 2023. Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan data primer dan sekunder. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 84 orang sampel yang diambil berjumlah 42 responden untuk tiap lokasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data diukur dengan skala likert dianalisis menggunakan analisis konjoin. Pada proses pengolahan data, menggunakan program SPSS versi 27 sebagai alat bantu data disajikan dalam format tabel dan dijelaskan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan urutan atribut yang mempunyai utilitas tertinggi pada Fellow Coffee Manado adalah atribut harga Rp20.000-Rp25.000 dan utilitas kedua Rp25.000-Rp30.000. Atribut varian es kopi susu fellow dan utilitas kedua Cafe Latte. Atribut fasilitas wifi gratis dan utilitas kedua tata letak meja dan kursi. Atribut pelayanan cepat dan utilitas kedua ramah. Sementara atribut yang mempunyai utilitas tertinggi pada Fellow Coffee Bitung adalah Atribut harga Rp20.000-Rp25.000 dan utilitas kedua Rp25.000-Rp30.000. Atribut varian es kopi susu fellow dan utilitas kedua salted caramel macchiato. Atribut fasilitas ketersediaan colokan listrik dan utilitas kedua tata letak meja dan kursi. atribut pelayanan ramah dan utilitas kedua cepat.

Kata kunci : preferensi; ekonomi kreatif; konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertanian di Indonesia merupakan elemen penting dalam upaya pembangunan nasional untuk mencapai kemandirian pangan dan mengatasi kemiskinan. Bagi sebagian besar penduduk Indonesia, pertanian telah menjadi gaya hidup. Masa depan pertanian dapat menjadi lebih cerah jika para pelaku pertanian didukung oleh pemerintah dan memiliki pemahaman yang baik tentang peran dan fungsi pertanian, serta mampu mengelolanya dengan baik sesuai dengan kebutuhan manusia yang terus berkembang. Sampai saat ini, sektor pertanian masih memainkan peran strategis dalam pembangunan nasional, baik untuk pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pembangunan (Syofya, 2018). Selain itu, dalam konteks pembangunan nasional, Indonesia juga memiliki fokus pada pengembangan sektor ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif secara khusus tidak hanya berfokus kepada penciptaan nilai tambah secara ekonomi, namun juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) telah menetapkan 16 sub sektor dari industri kreatif yang menjadi fokus utama untuk dikelola dan dikembangkan. Di Indonesia, sektor kuliner memiliki pasar yang luas dan mampu bersaing dengan pasar modern. Saat ini sektor kuliner menjadi industri kreatif yang menjanjikan karena memiliki nilai ekonomis dan tetap menguntungkan.

Makanan dan minuman adalah industri yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Industri ini memproduksi produk yang merupakan kebutuhan dasar masyarakat, pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia telah meningkat secara signifikan seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat. (Febriani *et al*, 2017). Selain memberikan dampak positif pada sektor-sektor dalam rantai nilai seperti pertanian, perikanan, peternakan, dan sektor pariwisata, industri makanan dan minuman juga memiliki produk yang khususnya menonjol dan diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu kopi.

Kopi merupakan salah satu produk perkebunan yang melimpah di berbagai wilayah. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunggulan dan kekhasan dalam produksi kopi, sehingga kopi menjadi produk unggulan perkebunan yang

memiliki potensi besar dalam industri makanan dan minuman (Adhania, 2018). Kopi merupakan minuman yang paling populer di dunia dan memiliki berbagai varietas dan cara penyajian yang berbeda. Minuman kopi memiliki rasa yang khas dan aroma yang kuat. Rasa kopi dapat bervariasi, mulai dari yang memiliki rasa pahit, asam, manis. Dalam mengapresiasi minuman kopi, hadirnya kedai kopi menjadi sangat penting. Kedai kopi merupakan tempat yang khusus didedikasikan untuk menyajikan dan menikmati berbagai jenis kopi.

Kedai kopi adalah salah satu alternatif yang sangat ideal untuk kita kunjungi. Selain karena tempat yang nyaman dengan kursi dan meja, tersedianya jaringan nirkabel, atau desain layout tempat yang menarik, kopi yang nikmat, dan dengan iringan musik klasik ataupun jazz, hal itu tak heran banyak orang untuk menghabiskan waktu di Kedai kopi (Nursyahbani *et al.*, 2020). Seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman, terjadi peningkatan kesejahteraan dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang berdampak pada pemenuhan kebutuhan refreshing, salah satunya adalah berkunjung ke coffee shop. Kedai kopi seringkali menjadi tempat pertemuan sosial, tempat diskusi, atau bahkan tempat bagi komunitas tertentu untuk berkumpul.

Jumlah kedai kopi di Indonesia terus berkembang. Untuk mendominasi persaingan, kedai-kedai kopi tersebut perlu terus melakukan inovasi, menyesuaikan harga dengan pasar, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat dan mempertahankan pelanggan setia. Munculnya kedai kopi dengan beragam karakteristik mengakibatkan konsumen memiliki pilihan yang semakin variatif sekaligus memperketat persaingan antar pengusaha kedai kopi. Keadaan ini mengharuskan pengusaha kedai kopi memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu yang menjadi rekomendasi tempat nongkrong anak muda Manado yang dilansir dari Tribun Manado, yaitu Fellow Coffee. Dari rekomendasi yang di lansir Tribun Manado Fellow Coffee menjadi pilihan peneliti sebagai lokasi penelitian. Fellow Coffee yang berlokasi di Sulawesi Utara terletak di Jl. P. Bentenan Lingkungan 9, Kelurahan Bahu, Kecamatan Malalayang, Kota Manado dan memiliki cabang di Jl. Manembo-Nembo Tengah. Girian Weru II.

Bitung, mulai beroperasi mulai pukul 09:00 pagi sampai pukul 23:00 Wita. Fellow Coffee Manado dan Fellow Coffee Bitung, terdapat perbedaan menarik antara keduanya, meskipun Fellow Coffee Bitung memiliki lokasi yang strategis, jumlah pengunjung kurang ramai, di sisi lain Fellow Coffee Manado memiliki lokasi yang kurang begitu strategis, namun pengunjung lebih ramai. Keadaan ini disebabkan oleh perbedaan preferensi konsumen terhadap kedua kedai kopi tersebut.

Kedai kopi telah mengalami pertumbuhan pesat di berbagai kota di Indonesia, termasuk Manado dan Bitung dengan beragam pilihan kedai kopi dan produk yang menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar kedai kopi. Namun, setiap daerah memiliki karakteristik dan preferensi konsumen yang berbeda. Dalam hal ini, Fellow Coffee perlu fokus dalam memahami preferensi konsumen dengan memperhatikan atribut harga, varian, fasilitas, dan pelayanan pada kedai kopi untuk menghadapi persaingan yang ketat.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik konsumen Fellow Coffee Manado dan Fellow Coffee Bitung.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap produk Fellow Coffee Kota Manado dan Fellow Coffee Kota Bitung.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi peneliti, mengembangkan keterampilan penelitian dan analisis data, dan dapat menerapkan ilmu yang dipelajari selama kuliah hingga pada kehidupan masyarakat diharapkan dapat menambah wawasan terlebih khusus tentang preferensi konsumen.
2. Bagi kalangan akademis, memberikan data dan informasi mengenai preferensi konsumen di Fellow Coffee yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dan menambah kontribusi terhadap pengetahuan di bidang perilaku konsumen.
3. Bagi pemilik usaha (Fellow Coffee), sebagai acuan untuk memahami preferensi konsumen terhadap produk Fellow Coffee Kota Manado dan Bitung, mengetahui atribut-atribut yang penting bagi konsumen dalam memilih produk di Fellow Coffee Kota Manado dan Bitung, dan meningkatkan kepuasan konsumen melalui penyesuaian produk dan layanan

sesuai dengan preferensi konsumen meningkatkan daya saing dengan mengoptimalkan kombinasi atribut yang diminati konsumen.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan dimulai dari bulan Juni sampai Agustus 2023 dimulai dari persiapan sampai penyusunan laporan hasil penelitian. Tempat penelitian di Fellow Coffee Manado.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan memberi kuisisioner kepada konsumen pembeli produk di Fellow Coffee. Data sekunder diambil dari berbagai pustaka, dan perusahaan yang terkait dengan penelitian ini seperti Fellow Coffee.

Metode Pengambilan Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dimana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Adapun penelitian ini menggunakan rumus *slovin* karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungan tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus *Slovin* biasanya digunakan dalam penelitian yang jumlah sampelnya besar sehingga diperlukan formula untuk mendapatkan sampel yang lebih sedikit tetapi dapat mewakili dari keseluruhan populasi. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah:

$$n = N / (1 + N \times (e)^2)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Dalam rumus *slovin* terdapat ketentuan: Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar, Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil. Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik *slovin* adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah kunjungan perminggu Fellow Coffee Manado sebanyak 300 orang dan Fellow Coffee Bitung sebanyak 200 orang, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel dalam penelitian dengan perhitungan:

$$n = N / (1 + N \times (e)^2)$$

$$= 500 / (1 + 500 \times (0,1)^2)$$

$$= 500 / 6 = 83,33 \text{ atau } 84 \text{ Responden}$$

Jadi jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 84 responden, sampel yang diambil berjumlah 42 responden untuk tiap lokasi.

Konsep Pengukuran Variabel

Konsep pengukuran variabel pada penelitian ini adalah:

1. Karakteristik responden meliputi:
 - a. Jenis kelamin
 - b. Usia
 - c. Pekerjaan
 - d. Pendapatan
 - e. Jumlah Kunjungan
2. Perilaku konsumen
 - a. Intensitas mengunjungi kedai kopi
 - b. Tingkat pengeluaran
 - c. Alasan mengunjungi kedai kopi
3. Preferensi responden terhadap atribut produk Fellow Coffee, yang meliputi harga, varian, fasilitas, dan pelayanan.

Metode Analisa Data

Pada proses pengolahan data, menggunakan program SPSS versi 27 sebagai alat bantu. Setelah mendapatkan hasil penelitian, data disajikan dalam format tabel dan dijelaskan secara deskriptif. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis Konjoin merupakan metode yang digunakan untuk memahami bagaimana responden membentuk preferensi terhadap suatu produk. Metode ini didasarkan pada cara konsumen mengevaluasi nilai dari suatu objek berdasarkan kombinasi atribut yang ada (Hair *et al*, 2006). Tahapan analisis Konjoin adalah:

1. Penentuan Atribut dan Level

Atribut-atribut yang berpengaruh ditentukan, beserta level-levelnya yang digunakan dalam stimulasi. Penentuan atribut-atribut dan levelnya dilakukan berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan oleh peneliti serta literatur terkait. Dalam penelitian ini, atribut-atribut yang terkait dengan produk Fellow Coffee adalah harga, varian, fasilitas, dan pelayanan. Penjelasan mengenai atribut-atribut dan subatribut/sublevel produk Fellow Coffee dapat ditemukan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Atribut dan Level Atribut

No.	Atribut	Level
1.	Harga	Rp. 20.000-25.000 Rp. 25.000-30.000 >Rp.30.000
2.	Varian	Cafe Latte Americano Es Kopi Susu Fellow Salted Caramel Macchiato
3.	Fasilitas	Wifi Gratis Ketersediaan Colokan Listrik Tata Letak Meja dan Kursi
4.	Pelayanan	Pelayanan yang cepat Pelayanan yang ramah Pelayanan Kurang Responsif

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

2. Membangun Stimuli

Penelitian ini menggunakan pendekatan *full profile* seluruh profil dari *brand* dibangun untuk menjadi atribut-atribut. Ketika profil terlalu banyak dapat digunakan desain *fractional factorial* seperti *orthogonal design* untuk mereduksinya. Stimuli yang dapat dibentuk dari atribut harga, varian, fasilitas dan pelayanan yaitu $3 \times 3 \times 3 \times 2 = 108$ stimuli dan direduksi menjadi 16 stimuli Dengan menggunakan prosedur *orthogonal design* pada SPSS yang berstatus *design*.

3. Penilaian Atribut

Setelah diberikan profil stimuli, responden diminta memberikan penilaian menggunakan matrik ratif. Untuk mengukur variabel preferensi dalam penelitian ini, variasi kombinasi (termasuk harga, varian, fasilitas dan pelayanan) ditawarkan kepada responden dengan menggunakan skala likert dari 1 hingga 5. (1=sangat tidak suka, 2=tidak suka, 3= netral, 4= suka, 5=sangat suka).

Tabel 2. Skala Likert

Simbol	Penjelasan	Bobot
SS	Sangat Suka	5
S	Suka	4
N	Netral	3
TS	Tidak Suka	2
STS	Sangat Tidak Suka	1

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

4. Pengolahan Data pada SPSS

Rating responden diolah dengan analisis Konjoin dengan bantuan perangkat SPSS. Hasil analisis Konjoin keseluruhan dapat dilihat dari overall *statistics* pada SPSS *subfile summary*. Hasil analisis diperoleh untuk memperkirakan atribut pembelian produk Fellow Coffee yang diinginkan responden berdasarkan penilaian terhadap stimuli tersebut.

5. Interpretasi Hasil

Hasil dari proses analisis Konjoin berupa nilai *utility* yaitu perbandingan antara nilai kegunaan dengan tiap-tiap atribut, *importance values* yaitu suatu nilai perbandingan antara nilai kepentingan tiap-tiap atribut produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Fellow Coffee Manado, yang berlokasi dekat dengan kampus, menghadirkan desain sederhana namun elegan yang menciptakan suasana nyaman bagi setiap pengunjung. Tanaman hijau yang subur menghiasi lingkungannya, menambahkan sentuhan alam yang menenangkan. Dengan konsep minimalis dan suasana semi *outdoor estetik*, tempat ini menjadi tempat yang ideal untuk berbagai pertemuan dan kunjungan dan fasilitas yang terjaga dengan baik memberikan kenyamanan maksimal. Tidak hanya itu, Fellow Coffee Manado juga menawarkan spot-spot foto menarik dengan dekorasi yang memukau dan menjadikannya surga bagi pecinta fotografi dan pengunjung yang mengabadikan momen spesial.

Fellow Coffee Bitung dengan konsep ruangnya yang terbagi menjadi tiga bagian yang unik: *indoor*, *semi outdoor*, dan *outdoor*, semuanya dirancang dengan sangat baik. Musik mengalun merdu di seluruh area, menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjung. Ruang *indoor* dilengkapi dengan sofa yang nyaman dan beberapa meja bundar, menciptakan tempat yang cocok untuk pertemuan santai atau bekerja. Sementara itu, ruang semi *outdoor* menawarkan suasana yang lebih terbuka dengan sofa dan meja bundar yang memanjakan pengunjung dengan sinar matahari sepanjang hari. Tetapi yang paling memikat adalah ruang *outdoor* yang memiliki enam meja bundar dengan lantai berkerikil dipenuhi tanaman hijau seperti tanaman

bambu sebagai hiasan, menciptakan latar belakang sempurna untuk foto yang *instagramable*.

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada suatu produk.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	29	69.05	23	54.76
2.	Perempuan	13	30.95	19	45.24
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Usia Responden

Usia sebagai karakteristik demografi dari responden yang mempengaruhi perilaku, tindakan, serta pola berpikir dari setiap individu.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	15-20	5	11.90	7	16.67
2.	21-25	20	47.62	18	42.86
3.	26-30	14	33.33	9	21.43
4.	>30	3	7.14	8	19.05
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden membahas profesi yang ditekuni setiap responden.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	PNS	0	0	0	0
2.	Wiraswasta	5	11.90	6	14.29
3.	Karyawan	9	21.43	12	28.57
4.	Swasta	20	47.62	14	33.33
5.	Mahasiswa	0	0	0	0
6.	Ibu Rumah Tangga Lainnya	8	19.05	10	23.81
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Pendapatan Responden

Pendapatan dari responden ini dirancang untuk memberikan gambaran tentang hubungan antara pendapatan dan preferensi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Fellow Coffee.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	<1.000.000	19	45.24	15	35.71
2.	1.000.000-2.000.000	4	9.52	4	9.52
3.	3.000.000-4.000.000	17	40.48	16	38.10
4.	>5.000.000	2	4.76	7	16.67
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Intesistas Mengunjungi Kedai Kopi

Dalam konteks analisis preferensi konsumen terhadap kedai kopi, tabel intensitas mengunjungi kedai kopi memainkan peran penting dalam menggambarkan seberapa sering konsumen mengunjungi kedai kopi tertentu.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Mengunjungi Kedai Kopi

No.	Intesitas Mengunjungi Kedai Kopi	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 Kali/Minggu	6	14.29	13	30.95
2.	2-3 Kali/Minggu	12	28.57	14	33.33
3.	3-5 Kali/Minggu	16	38.10	4	9.52
4.	1-2 Kali Sebulan	8	19.05	11	26.19
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Jenis Kopi yang Disukai

Jenis kopi yang disukai ini menggambarkan preferensi pelanggan terhadap berbagai varian kopi yang ditawarkan.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kopi yang Disukai

No.	Jenis Kopi Yang Disukai	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Arabika	28	66.67	32	76.19
2.	Robusta	14	33.33	10	23.81
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tingkat Pengeluaran

Tingkat pengeluaran saat mengunjungi kedai kopi ini mengilustrasikan seberapa banyak uang yang biasanya dikeluarkan oleh pelanggan saat mengunjungi kedai kopi.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran

No.	Tingkat Pengeluaran	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	20.000 – 25.000	8	19.05	5	11.90
2.	25.000 – 35.000	14	33.33	12	28.75
3.	35.000 – 45.000	10	23.81	14	33.33
4.	>45.000	10	23.81	11	26.19
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Alasan Mengunjungi Kedai Kopi

Alasan mengunjungi kedai kopi ini mengungkapkan faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk berkunjung ke kedai kopi. Informasi ini penting untuk memahami motivasi pelanggan dan membantu kedai kopi menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengunjungi Kedai Kopi

No.	Alasan Mengunjungi Kedai Kopi	Manado		Bitung	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	Berkumpul bersama teman	19	45.24	13	30.95
2.	Bersantai menghilangkan penat	9	21.43	16	38.10
3.	Hanya untuk minum /menikmati kopi	2	4.76	5	11.90
4.	Mengerjakan tugas/diskusi	7	16.67	4	9.52
5.	Kelompok bisnis	5	11.90	4	9.52
Jumlah		42	100	42	100

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Preferensi Konsumen Terhadap Produk Fellow Coffe Manado dan Fellow Coffee Bitung

Preferensi konsumen adalah selera konsumen dalam menentukan pilihan. Preferensi konsumen terhadap produk Fellow Coffee Manado dan Fellow Coffee Bitung untuk mengetahui sikap atau persepsi responden terhadap atribut pada Fellow Coffee di dua lokasi yang berbeda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis Konjoin. Untuk mendapatkan nilai utilitas dan kepentingan relatif maka digunakan software SPSS versi 27 untuk mengolah analisis Konjoin.

Nilai Utilitas

Tabel 11. Hasil Analisis Utilitas Konjoin Fellow Coffe Manado dan Bitung

	Utility Estimate	Manado	Bitung
Harga	Rp. 20.000-25.000	.132	.147
	Rp. 25.000-30.000	.080	.105
	>Rp.30.000	-.212	-.252
Varian	Cafe Latte	-.038	-.015
	Americano	-.123	-.318
	Es Kopi Susu Fellow	.133	.467
	Salted Caramel	.029	-.134
	Macchiato		
Fasilitas	Wifi Gratis	-.071	.044
	Ketersediaan Colokan	.042	-.075
	Listrik		
	Tata Letak Meja dan Kursi	.029	.032

Pelayanan	Pelayanan yang cepat	.547	.321
	Pelayanan yang ramah	.495	.387
	Pelayanan Kurang Responsif	-1.042	-.708
(Constant)		3.310	3.350

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Nilai Kepentingan Tarif

Tabel 12. Nilai Kepentingan Relatif Fellow Coffee Manado dan Bitung

<i>Importance Values</i>	Manado	Bitung
Harga	17.893	16.380
Varian	30.978	25.701
Fasilitas	14.408	14.773
Pelayanan	36.721	43.146

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Hasil Korelasi Pearson dan Kendall

Tabel 13. Hasil Korelasi Pearson dan Kendall Fellow Coffee Manado dan Bitung

<i>Correlations^a</i>	Manado		Bitung	
	Value	Sig.	Value	Sig.
Pearson's R	0.989	0.000	0.998	0.000
Kendall's tau	0.900	0.000	0.908	0.000

Sumber: Diolah dari Data Primer, 2023

Tabel 13 menunjukkan Fellow Coffee Manado memiliki nilai person 0.989 sedangkan nilai kendall 0.900. Berdasarkan analisis Konjoin, nilai person atau kendall lebih dari 0.5, maka korelasi antara observasi dan estimasi adalah kuat maka bisa digunakan dalam analisis Konjoin. Nilai signifikan untuk atribut adalah 0.00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa korelasi antara observasi dan estimasi adalah signifikan, karena semua nilai signifikan kurang dari 0.05.

Sementara pada Fellow Coffee Bitung memiliki nilai person 0.998 sedangkan nilai kendall 0.908. Berdasarkan analisis Konjoin, nilai person atau kendall lebih dari 0.5, maka korelasi antara observasi dan estimasi adalah kuat maka bisa digunakan dalam analisis Konjoin. Nilai signifikan untuk atribut adalah 0.00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa korelasi antara observasi dan estimasi adalah signifikan, karena semua nilai signifikan kurang dari 0.05.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Preferensi konsumen terhadap produk Fellow Coffe Manado dan Fellow Coffee Bitung menggunakan analisis Konjoin dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut yang mempunyai utilitas tertinggi pada Fellow Coffee Manado pada atribut Harga Rp20.000-Rp25.000 dan utilitas kedua Rp25.000-Rp30.000. Atribut Varian Es Kopi Susu Fellow dan utilitas kedua Cafe Latte. Atribut Fasilitas Wifi Gratis dan utilitas kedua Tata Letak Meja dan Kursi. Atribut Pelayanan cepat dan utilitas kedua ramah.
2. Atribut yang mempunyai utilitas tertinggi pada Fellow Coffee Bitung pada atribut Harga Rp20.000-Rp25.000 dan utilitas kedua Rp25.000-Rp30.000. Atribut Varian Es Kopi Susu Fellow dan utilitas kedua Salted Caramel Macchiatto. Atribut Fasilitas Ketersediaan Colokan Listrik dan utilitas kedua Tata Letak Meja dan Kursi. Atribut pelayanan ramah dan utilitas kedua cepat.

Saran

1. Bagi Fellow Coffee, harus tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan mengutamakan dan mempertahankan varian dan pelayanan agar loyalitas konsumen tetap terjaga dalam meningkatkan pembelian konsumen.
2. Tetap mempertahankan kedua lokasinya di Manado dan Bitung, karena kedua lokasi ini memiliki potensi yang unik dan pasar yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhania, L.S.O. 2018. Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Warung Wedang Kopi Desa Karangsari Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Warta Pengabdian*, 12(1):253-262.

Febriani, R., K. Sanarta., & D. Herlisnawati. 2017. Pengaruh Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2015. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 4(2).

Nursyahbani, R.P.A., H. Adiluhung., & Y. Herlambang. 2020. Perancangan Kursi Untuk Di Kedai Kopi. *eProceedings of Art & Design*, 7(2):5130-5142.

Syofya, H., & S. Rahayu. 2018. Peran Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian Indonesia (Analisis Input-Output). *Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(3):91-103.