

Preferensi Konsumen dalam Memilih Tiga Produk Kopi (Kapal Api, Fresco, dan Kahyangan): Sebuah Pendekatan *Grid Analysis*

Mutiara Ria Despita Maharani¹⁾, Feby Aryawan²⁾, Moch. Sukron Abidar³⁾, Kurniawan Dwi Yulianto⁴⁾, Ajeng Gendis Purborini⁵⁾, Ahmad Zainuddin⁶⁾, Moh. Izmaul Haqqi⁷⁾

^{1),2),3),4),5),6)} Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember

⁷⁾ Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Jember

Email: mutiararia604@gmail.com, febryaryawan4@gmail.com,
msukronabidar@gmail.com, kurkurniawandy7@gmail.com,
ajenggendis022@gmail.com, zainuddin91.faperta@unej.ac.id, mizma2011@gmail.com

Abstract

The presence of various types of coffee in Jember Regency is a testament to the richness and diversity of coffee drinking culture. With the variety of coffee types and brewing methods offered, consumers are now given the opportunity to explore a wider spectrum of flavours and aromas. Each coffee brand or product circulating in Jember Regency has different physical characteristics such as taste, packaging design, colour, aroma, viscosity, and coffee grounds. The purpose of this study was to determine consumer preferences in choosing three coffee products (ship fire coffee, fresco coffee, and kahyangan coffee). This study uses the Grid Analysis method to determine consumer preferences. This study used 75 samples from 5 sub-districts spread across Jember Regency (Sumbersari, Pakusari, Bangsalsari, Arjasa and Jenggawah). The results of the analysis show that Kapal Api coffee tends to be favoured by respondents compared to fresco and Kahyangan coffee. This is because Kapal Api Coffee has advantages in terms of taste, aroma, viscosity, colour and packaging design, while Kahyangan Coffee only excels in its fine coffee powder. Therefore, it is necessary to improve the quality and branding of fresco and Kahyangan coffee in Jember Regency.

Keywords: Coffee, Consumer, Preference, Grid Analysis

PENDAHULUAN

Kabupaten Jember sebagai salah satu daerah produsen kopi utama di Indonesia, memiliki peran penting dalam industri kopi nasional. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Jawa Timur, (2023), menunjukkan bahwa Kabupaten Jember merupakan salah satu produsen kopi terbesar di Provinsi Jawa Timur nomor tiga. Berikut merupakan data luas lahan dan produksi kopi di Provinsi Jawa Timur yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kopi di Provinsi Jawa Timur

Kabupaten/ Kota	Jumlah			Rank
	Luas Lahan (Ha)	Produksi (ton)	Share Produksi (%)	
Malang	20.491	13.047	18.9%	1
Banyuwangi	17.854	12.504	18.1%	2
Jember	18.321	11.795	17.1%	3
Bondowoso	18.289	10.420	15.1%	4
Blitar	6.042	3.718	5.4%	5
Pasuruan	6.743	3.714	5.4%	6
Kediri	3.603	2.684	3.9%	7
Lumajang	4.609	2.517	3.7%	8
Probolinggo	3.957	2.400	3.5%	9
Lainnya	13.239	6.117	9%	
Jawa Timur	113.148	68.916	100.0%	

Sumber: (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2023)

Berdasarkan Tabel 1. menjelaskan bahwa Kabupaten Jember merupakan penyumbang produksi kopi terbesar ketiga di Provinsi Jawa Timur sekaligus berperan penting dalam menunjang industri kopi nasional. Potensi alam Kabupaten Jember yang memiliki jenis tanah

yang cocok untuk budidaya kopi serta iklim yang mendukung dengan curah hujan yang merata sepanjang tahun telah menciptakan lingkungan yang optimal bagi pertumbuhan tanaman kopi. Para petani di daerah ini mampu memanfaatkan faktor-faktor tersebut dengan baik, sehingga hasil produksi kopi Jember memiliki kualitas yang diakui di tingkat nasional. Peran Kabupaten Jember sebagai salah satu pusat produksi kopi tidak hanya memberikan dampak ekonomi dalam bentuk pendapatan bagi petani dan pelaku usaha kopi lokal, tetapi juga secara tidak langsung mempromosikan citra kopi Indonesia di pasar global. Kualitas biji kopi yang dihasilkan dari daerah ini menjadi bagian dari warisan budaya dan sumber mata pencaharian yang berkesinambungan bagi masyarakat setempat (Sudarko & Ridjal, 2016).

Kehadiran berbagai jenis kopi di Kabupaten Jember menjadi bukti budaya minum kopi yang kaya dan beragam. Berdasarkan konteks yang semakin berkembang dan inovatif, konsumen kini dihadapkan pada berbagai pilihan jenis dan rasa kopi yang kompleks. Bervariasinya jenis kopi dan metode penyeduhan yang ditawarkan, konsumen kini diberikan peluang untuk menjelajahi dunia rasa dan aroma yang mencakup spektrum yang lebih luas (Narulita, Winandi, & Jahroh, 2014). Hal tersebut menyebabkan konsumen juga menghadapi tantangan baru dalam mengambil keputusan tentang jenis dan rasa kopi yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Permasalahan ini menyebabkan timbulnya kebutuhan untuk memahami lebih dalam tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih kopi. Berdasarkan karakteristik unik kopi hingga pengaruh budaya dan tren global, elemen-elemen ini semuanya memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Setiap merek atau produk kopi yang beredar di Kabupaten Jember memiliki sifat fisik seperti cita rasa, desain kemasan, warna, aroma, kekentalan, dan ampas kopi yang berbeda. Adapun merek kopi yang banyak beredar di Kabupaten Jember adalah kopi kapal api, fresco, dan kahyangan. Adanya beberapa pilihan merek kopi berimplikasi terhadap konsumen yang juga mempunyai preferensi yang berbeda, sehingga penting untuk diteliti terkait preferensi konsumen dalam memilih tiga produk kopi yaitu kopi kapal api, kopi fresco, dan kopi kahyangan di Kabupaten Jember. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih tiga produk kopi (kopi kapal api, kopi fresco, dan kopi kahyangan) di Kabupaten Jember.

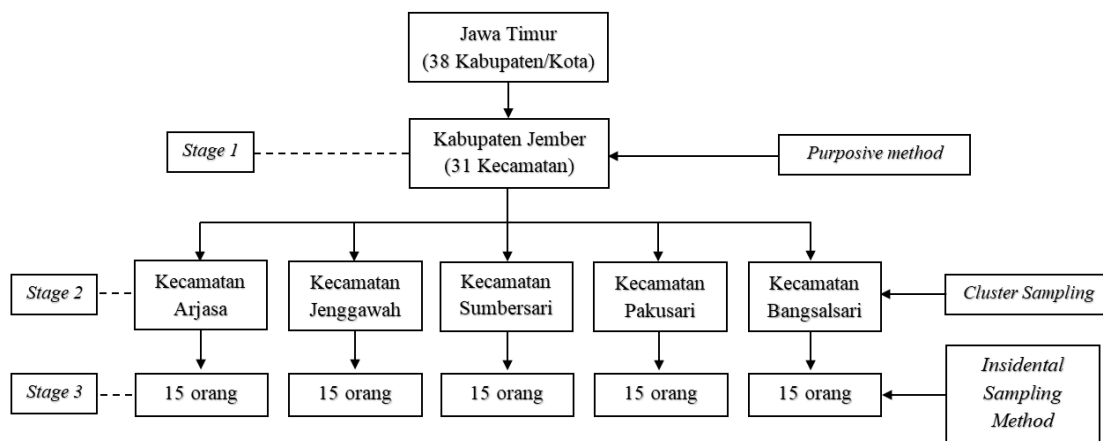
Penelitian terkait preferensi konsumen terhadap produk kopi sudah pernah dilakukan, diantaranya penelitian Ali, Budi, & Sudarma (2020); Aliyah, Sebayang, & Haviz (2018); As'ad & Mulyo Aji (2020); Naibaho (2019); Narulita et al. (2014); Rasmikayati, Deaniera, Supyandi, Sukayat, & Saefudin (2020); Saefudin, Deanier, & Rasmikayati (2020); Saefudin, Deaniera, & Rasmikayati (2020); Stenley (2009); Utama (2017); Widagdo, Nuraini, & Mamoen (2022); Widodo (2014). Adapun penelitian ini lebih memfokuskan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dalam memilih tiga jenis produk kopi (kopi kapal api, kopi fresco, dan kopi kahyangan). Penelitian ini juga menggunakan alat analisis yang berbeda, yaitu menggunakan metode *Grid Analysis* untuk mengetahui preferensi konsumen di Kabupaten Jember. Sehingga hasil penelitian akan memberikan saran atau rekomendasi terhadap perusahaan Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan untuk meningkatkan kualitas produk yang meliputi cita rasa, desain kemasan, aroma, kekentalan, dan ampas kopi agar lebih baik lagi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember. Penentuan daerah penelitian menggunakan metode *multistage sampling*. *Multistage sampling* merupakan metode pengambilan contoh yang dilakukan secara bertahap pada suatu kondisi yang menunjukkan ketidakmungkinan dalam memperoleh daftar populasi (Gulo, 2002). *Multistage Sampling* yang dilakukan secara bertahap akan menggunakan unit sampling yang lebih kecil di setiap tahapnya karena dengan metode tersebut akan dilakukan pembagian populasi ke dalam beberapa lapisan. Tahap pertama yang dilakukan adalah pemilihan kabupaten sampel secara *purposive*. Kabupaten sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kabupaten Jember. Hal ini dikarenakan Kabupaten Jember menjadi salah satu kabupaten yang memiliki tingkat produksi kopi tertinggi di Provinsi

Jawa Timur. Tahap kedua yang dilakukan adalah memilih kecamatan sampel dari kabupaten sampel secara *cluster sampling*. Beberapa kecamatan tersebut diambil karena mewakili wilayah di Kabupaten Jember. Kecamatan yang diambil antara lain: Kecamatan Arjasa yang mewakili daerah utara Kabupaten Jember, Kecamatan Jenggawah yang mewakili daerah selatan Kabupaten Jember, Kecamatan Sumpalsari yang mewakili daerah pusat atau tengah Kabupaten Jember, Kecamatan Pakusari yang mewakili daerah timur Kabupaten Jember, dan Kecamatan Bangsalsari yang mewakili daerah barat Kabupaten Jember. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli sampai Agustus 2023.

Penentuan pengambilan sampel responden pada penelitian ini menggunakan metode *insidental sampling*. Menurut Gustika (2020), *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian maka dapat digunakan sebagai sampel, sehingga tidak terdapat batasan kriteria khusus dalam memilih target sampling. Alasan peneliti mengambil teknik insidental sampling karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Masing-masing kecamatan diambil sebanyak 15 sampel. Terdapat beberapa kriteria responden yang dipilih antara lain peminum kopi dan umur diatas 18 tahun. Berikut merupakan bagan pengambilan sampel secara *multistage sampling*.



Gambar 1. Metode Multistage Sampling dan Insidental Sampling

Adapun jenis data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada peminum dan penikmat kopi melalui tester dengan produk pesaing. Merek kopi yang digunakan yakni Kopi Kapal Api, Fresco, dan Kahyangan (kopi lokal). Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain jumlah minum kopi, kecenderungan terhadap merek, ampas kopi, kekentalan, aroma, warna, desain kemasan dan cita rasa. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan tidak melalui penelitian langsung dilapangan melainkan melalui media atau perantara. Data sekunder dalam penelitian ini berwujud data dokumentasi dan data produktivitas kopi dari pemerintah seperti kementerian pertanian dan BPS.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Grid Analysis*. Tujuan penelitian ini terkait dengan preferensi konsumen dalam memilih tiga produk kopi (kopi kapal api, kopi fresco, dan kopi kahyangan) yang dianalisis dengan menggunakan *grid analysis*. *Grid Analysis* digunakan untuk membantu dalam mengorganisasi dan memahami hubungan antara berbagai elemen atau faktor yang terlibat dalam suatu masalah atau situasi kompleks. Pendekatan ini melibatkan pembuatan suatu "grid" atau tabel yang menggambarkan variabel-variabel penting dan hubungannya dalam bentuk matriks. Adapun langkah-langkah umum dalam *grid analysis* antara lain (Magni et al., 2008):

1. Identifikasi variabel penting yang terkait dengan masalah.
2. Membuat grid dan mengatur variabel-variabel tersebut dalam baris dan kolom.

3. Mengisi sel yang terdapat dalam grid atau nilai yang menggambarkan hubungan atau dampak antar variabel.

Berikut ini merupakan tabel *grid analysis* yang digunakan sekaligus kriteria penilaian dalam penelitian ini, antara lain:

Tabel 2. Grid Analysis Dengan Variabel Cita Rasa, Desain Kemasan, Warna, Aroma, Kekentalan, dan Ampas Kopi

Jenis Kopi	Cita rasa	Desain Kemasan	Warna	Aroma	Kekentalan	Ampas kopi	Total
Kapal Api (A)							
Fresco (B)							
Kahyangan (C)							

Kriteria penilaian: 1 (tidak baik), 2 (kurang baik), 3 (cukup), 4 (baik), 5 (sangat baik)

Setelah dianalisis dengan menjumlahkan semua nilai pada masing-masing merek produk kopi, analisis dilanjutkan dengan menggambarkan hasil analisis grid menggunakan diagram laba-laba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yang berasal dari 5 kecamatan di kabupaten Jember, yaitu Sumpalsari, Arjasa, Bangsalsari, Pakusari dan Jenggawah. Berikut merupakan karakteristik responden menurut tingkat usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi minum kopi dan *merk* kopi yang sering dikonsumsi.

1. Usia

Usia responden di daerah penelitian cukup beragam. Hasil wawancara di lapang menunjukkan bahwa rentang usia responden berkisar antara 20 sampai 76 tahun. Data karakteristik usia responden disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Usia Responden

Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase
20 – 34	16	21%
35 – 49	23	31%
50 – 64	25	33%
65 – 79	11	15%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa rentang usia peminum kopi yang menjadi responden, yaitu usia 20 hingga 34 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar 21%. Rentang usia yang memiliki jumlah responden terbanyak adalah usia 35-49 tahun sebanyak 23 orang dan usia 50-64 tahun sebanyak 25 orang dengan masing-masing persentase sebesar 31% dan 35%. Sementara, rentang usia 65-79 tahun hanya memiliki jumlah responden sebanyak 11 orang dengan persentase 15%. Sebagian besar peminum kopi *sachet* (Kapal Api, Fresco dan Kopi Kahyangan) berusia muda. Hal tersebut dikarenakan harga kopi *sachet* lebih murah dibandingkan membeli kopi di kedai atau cafe.

2. Jenis kelamin

Jenis kelamin responden di daerah penelitian sebagian besar laki-laki. Hal tersebut dikarenakan identik peminum kopi adalah laki-laki sebagai minuman untuk menemani ketika bekerja.

Tabel 4. Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	73	97%
Perempuan	2	3%

Jumlah	75	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa jenis kelamin peminum kopi yang menjadi responden sebagian besar, yaitu laki-laki berjumlah 73 orang dengan persentase sebesar 97%. Sementara, responden yang berjenis kelamin perempuan hanya 2 orang dengan persentase sebesar 3%. Sebagian besar penikmat kopi *sachet* adalah laki-laki. Hal tersebut menunjukkan bahwa laki-laki merupakan konsumen potensial untuk dijadikan sebagai sasaran pemasaran Kopi Kahyangan.

3. Pekerjaan

Pekerjaan responden di daerah penelitian cukup beragam. Hal tersebut dikarenakan tidak terdapat kriteria pekerjaan responden. Data pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Data Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Wiraswasta	20	27%
Petani	12	16%
Kuli Bangunan	7	9%
Bengkel	10	13%
Lainnya	26	35%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5. menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah wiraswasta sebanyak 20 orang, diikuti petani sebanyak 12 orang, kuli bangunan sebanyak 7 orang dan bengkel sebanyak 6 orang. Sementara, pekerjaan lainnya yang terdiri dari pedagang/wirausaha, guru, sales, tukang kayu, supir dan sebagainya sebanyak 26 orang. Hal tersebut berarti bahwa sebagian besar pekerja kasar atau buruh merupakan konsumen potensial untuk minuman kopi *sachet* (Kapal Api, Fresco dan Kahyangan).

4. Frekuensi minum kopi

Frekuensi meminum kopi oleh responden dihitung secara harian. Hasil wawancara di lapang sebagian besar responden meminum kopi lebih dari 1 gelas per hari. Adapun data frekuensi meminum kopi oleh responden terlihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Data Frekuensi Minum Kopi Responden

Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase
1 – 2 gelas/hari	42	56%
3 – 4 gelas/hari	30	40%
5 – 6 gelas/hari	2	3%
> 6 gelas/hari	1	1%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan bahwa frekuensi minum kopi oleh responden sebagian besar sebanyak 1-2 gelas setiap hari dengan persentase sebesar 56%, sedangkan sebanyak 30 responden meminum kopi dengan frekuensi 3-4 gelas setiap hari. Sebagian besar responden meminum kopi dengan frekuensi sebanyak 1-4 kali per hari. Hal tersebut menjadi potensi untuk dilakukan pemasaran secara lebih luas pada kopi *sachet*.

5. Merk kopi yang dikonsumsi

Merk kopi yang sering dikonsumsi oleh responden cukup beragam. Hal tersebut dikarenakan responden memiliki selera yang berbeda. Data sebaran merk kopi yang sering dikonsumsi oleh responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Data Merk Kopi Responden

Merk Kopi	Jumlah Responden	Persentase
Kapal Api	34	45%
Giling Sendiri	19	25%
Lainnya	22	30%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 7. menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengkonsumsi kopi kapal api sebanyak 34 orang, sedangkan sebanyak 19 orang lebih memilih kopi yang berasal dari kebun sendiri atau membeli dalam bentuk sangrai kemudian digiling sendiri. Sementara, merek kopi lainnya yang terdiri atas Top Coffee, kopi lokal Buriah, White Coffee dan lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kopi Kahyangan masih belum dikenal oleh masyarakat karena banyak responden yang belum mengetahui bahkan mengonsumsi.

Preferensi Konsumen pada Beberapa Produk Kopi di Kabupaten Jember

Preferensi konsumen sangat penting untuk diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh konsumen terhadap suatu produk (Rasmikayati et al., 2020; Saefudin, Deanier, et al., 2020). Preferensi diartikan sebagai kesukaan konsumen terhadap suatu produk berdasarkan atribut yang melekat pada produk tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap tiga merk kopi (Kapal Api, Fresco dan Kahyangan). Tiga merk kopi tersebut dianalisis berdasarkan atribut yang melekat diantaranya rasa, aroma, kekentalan, warna, ampas dan desain kemasan. Hasil penelitian menggunakan *Grid Analysis* dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Grid Analysis Seluruh Responden

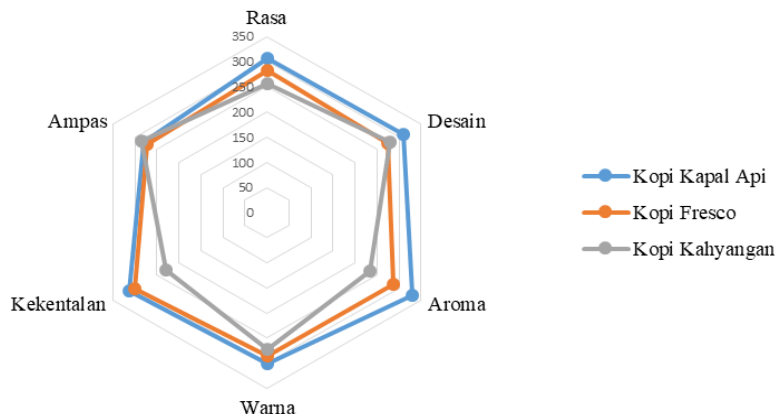
Atribut	Kapal Api	Fresco	Kahyangan
Rasa	306	282	255
Aroma	310	274	279
Warna	330	287	234
Kekentalan	301	285	272
Ampas	312	301	228
Desain Kemasan	279	273	285
Total	1.838	1.702	1.553

Sumber: Data primer 2023 (diolah)

Data menunjukkan bahwa hasil dari ketiga merek dan kriteria yang telah ditentukan bahwa dari segi rasa menunjukkan kopi kapal api memiliki nilai lebih tinggi dari pada kopi fresco dan kopi kahyangan. Hal ini dikarenakan kopi kapal api ada campuran antara kopi arabika dan kopi robusta sehingga rasanya pas antara asam dan pahit. Hasil ini sesuai dengan penelitian Hartono, (2018); Rasmikayati et al., (2020); Saefudin, Deanier, et al., (2020); Widodo (2014) yang menunjukkan bahwa rasa kopi menjadi penilaian utama dalam preferensi kopi. Segi desain kemasan menunjukkan kopi kapal api memiliki nilai yang tinggi dibandingkan kopi kahyangan dan kopi fresco. Hal ini dikarenakan kopi kapal api memiliki desain yang unik dengan gambar yang mudah diingat konsumen dan terkesan lebih sederhana. Hal ini juga didukung dengan branding yang dilakukan oleh kapal api sehingga konsumen semakin tertarik. Hasil ini linier dengan penelitian As'ad & Mulyo Aji (2020) yang menyatakan bahwa branding perlu dilakukan untuk menarik perhatian konsumen.

Segi kekuatan aroma Kopi kapal api memiliki nilai yang paling dibandingkan kopi fresco dan kopi kahyangan. Hal ini dikarenakan adanya campuran kopi arabika yang memiliki ciri khas aroma yang kuat kekentalan ringan dan keasaman tinggi. Adanya campuran ini yang membuat kopi kapal api memiliki aroma yang kuat. Segi warna dan segi kekentalan kopi kapal api memiliki nilai yang tinggi daripada kopi fresco dan kopi kahyangan. Kopi kapal api memiliki

warna yang lebih pekat dan kasar. Hal ini dikarenakan kopi kapal api memiliki campuran arabika yang memiliki ciri kental dan juga kopi kapal api dalam saat melakukan saringan dibawah 60 mesh. Segi ampas kopi kahyangan memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada kopi kapal api dan kopi fresco. Hal ini dikarenakan kopi kahyangan terkenal dengan kopi yang halus dan saat penyaringan kopi menggunakan saringan sebesar 60 mesh.



Gambar 2. Diagram Jaring Laba-laba dari Tiga Produk Kopi

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan ditunjukkan dari diagram jaring laba-laba dengan warna biru menunjukkan merek kopi kapal api, warna orange kopi fresco dan warna abu-abu merek kopi kahyangan. Gambar 2. menunjukkan bahwa merek kopi kapal api unggul dalam segi rasa dibandingkan dengan kopi fresco dan kopi kahyangan. Kopi kapal api juga memiliki keunggulan di desain kemasan produk dibandingkan dengan kopi fresco dan kopi kapal kahyangan. Segi kekuatan aroma kopi kapal api unggul jauh dibandingkan dengan kopi fresco berada di urutan kedua dan kopi kahyangan menempati urutan paling rendah. Kopi kapal api, kopi fresco dan kopi kahyangan memiliki hasil total tidak saling berjauhan dan masih di dominasi oleh kopi kapal api. Segi kekentalan kopi kapal api masih mendominasi disusul oleh kopi fresco urutan kedua dan kopi kahyangan berada urutan ketiga jauh dibandingkan keduanya. Kopi kahyangan memiliki keunggulan dalam segi ampas kopi disusul oleh kapal api dan fresco.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap 75 responden di 5 kecamatan (Sumbersari, Pakusari, Bangsalsari, Arjasa dan Jenggawah) diperoleh hasil bahwa Kopi Kapal Api cenderung lebih disukai oleh responden daripada Kopi Merek Fresco dan Kahyangan. Hal tersebut dikarenakan Kopi Kapal Api memiliki keunggulan pada segi cita rasa, aroma, kekentalan, warna dan desain kemasan, sedangkan Kopi Kahyangan hanya unggul pada ampas kopi yang halus.

REFERENSI

- Ali, D., Budi, S., & Sudarma, M. (2020). Preferensi Konsumen terhadap Kedai Kopi di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 9(3), 2685–3809. Retrieved from <http://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA>
- Aliyah, A., Sebayang, A. F., & Haviz, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Produk Starbucks Coffee di Kota Bandung Factors that Affects Consumer Preference Towards Starbucks Coffee Products in keputusan konsumen. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 221–229. Retrieved from <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/13623>
- As'ad, M. H., & Mulyo Aji, J. M. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2), 182. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i2.16441>

- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. (2023). *Provinsi Jawa Timur dalam Angka*. Surabaya: BPS Provinsi Jawa Timur.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Gustika, R. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Sikap Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Nagari Binjai Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 399–406. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.294>
- Hartono, D. (2018). *Analisis Preferensi Konsumen Di Kafe Ruang Kopi Bogor*. Institut Pertanian Bogor.
- Magni, L., Raimondo, D. M., Dalla Man, C., Breton, M., Patek, S., De Nicolao, G., ... Kovatchev, B. P. (2008). Evaluating the efficacy of closed-loop glucose regulation via control-variability grid analysis. *Journal of Diabetes Science and Technology*, 2(4), 630–635. <https://doi.org/10.1177/193229680800200414>
- Naibaho, T. T. (2019). Analisis Perbedaan Tingkat Pendapatan Terhadap Preferensi Konsumen Kopi Lokal Sumatera Di Kota Medan. *Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 4(1), 505–513.
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 969. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3629>
- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.35329/agrovital.v5i1.637>
- Saefudin, B. R., Deaniera, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39–46.
- Stenley, I. (2009). *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Coffeeshop Warung Kopi Serta Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran*. Institut Pertanian Bogor.
- Sudarko, S., & Ridjal, J. A. (2016). Peningkatan Motivasi Petani Kopi Rakyat dalam Diversifikasi Pengolahan Produk Primer dan Sekunder Kopi dengan Pendekatan Agribisnis di Kabupaten Jember. *Agrotrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 14(2).
- Utama, D. A. (2017). *Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kopi Instan Nescafe Dan Torabika pada Mahasiswa di Universitas Lampung*. Universitas Lampung.
- Widagdo, N. O., Nuraini, C., & Mamoen, M. I. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Kota Tasikmalaya. *Agribusiness System Scientific Journal*, 2(1), 1–10.
- Widodo, A. J. (2014). *Analisis Preferensi Pengunjung Kedai Kopi Terhadap Menu Kedai Kopi di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.