

Preferensi Konsumen terhadap Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali

AKBAR ILMAN MUHAMMAD*, WIDHIANTHINI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali
Email: *akbarilman76@gmail.com
widhiantini@unud.ac.id

Abstract

Consumer Preference for Kintamani Arabica Coffee at Coffee Shops in Denpasar City, Bali

Coffee is a plantation crop that has enormous potential to be developed. The very abundant coffee production in Indonesia is followed by the increasing interest of the Indonesian people to enjoy coffee, especially Arabica coffee. The growing concern of consumers towards processed products and agricultural products is important for producers and coffee shops to find out the attributes preferred by consumers of Kintamani arabica coffee, Denpasar City, Bali. Attributes of taste, flavour, price, and serving technique are considered to represent the characteristics of Kintamani Arabica coffee to get consumer preferences for Kintamani Arabica coffee. This study aims to identify the characteristics of Kintamani arabica coffee consumers in Denpasar City coffee shops, Bali and analyze the attributes that become consumer preferences for Kintamani Arabica coffee in Denpasar City coffee shops, Bali. The location determination method was carried out by purposive method and accidental sampling. The data used are primary data and secondary data. The method of data analysis is descriptive quantitative and conjoint analysis using SPSS 26 for Windows software. The results of the conjoint analysis show that the attributes of Kintamani arabica coffee that are preferred by consumers are sweet taste, soft flavour, low price and pure coffee serving techniques. The value of the highest level of consumer interest sequentially is the attribute of taste, serving technique, price and aroma. From the results of the research that has been done, there are suggestions that can be made, namely to find out more accurate consumer preferences, coffee entrepreneurs or coffee shops can provide products according to the results of the research, coffee shop business actors are advised to maintain taste quality, and are advised to conduct further research about several attributes that have not been studied.

Keywords: *kintamani arabica coffee, consumer preference, conjoint analysis*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Berdasarkan data dari *International Coffee Organization* (2017)

konsumsi kopi Indonesia periode 2016/2017 berada di urutan keempat sebagai negara pengonsumsi kopi terbesar di dunia dengan total konsumsi sebesar 276.000 setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Kopi merupakan tanaman perkebunan yang terdiri dari 4 varietas yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi liberika, dan kopi ekselsa (Pracaya & Kahono, 2016). Produksi kopi yang sangat melimpah di Indonesia diikuti dengan semakin meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk menikmati kopi, baik kopi arabika atau kopi robusta. Salah satu provinsi yang memproduksi kopi yaitu Provinsi Bali. Salah satu provinsi yang memproduksi kopi yaitu Provinsi Bali. Penghasil kopi terbesar di Provinsi Bali dengan produksi kopi mencapai 2.173 ton pada tahun 2021 adalah Kabupaten Bangli (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2021). Konsumsi kopi di kedai kopi bukan hanya sekedar tuntutan selera, namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Tidak hanya dijadikan tempat minum kopi, kedai kopi juga menjadi tujuan tempat kegiatan lain seperti bertemu kolega, tempat belajar, tempat proses pergaulan sosial, sampai dijadikan tempat untuk mengerjakan pekerjaan. Hal ini terbukti dengan menjamurnya kedai kopi ternama di Indonesia seperti Starbucks, The Coffee Bean, Excelso, dan J'Co Donuts and Coffee hingga kedai-kedai kopi sederhana dan lain sebagainya (Solikatun, *et al.*, 2015). Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengonsumsi kopi, dan ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen. Potensi pertumbuhan konsumsi kopi juga didukung oleh kondisi demografis masyarakat Indonesia yang mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 2018 *dalam* Enggartyasto, *et al.*, 2020).

Kota Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali sekaligus menjadi pusat bisnis, perdagangan, pendidikan, dan pemerintahan. Pertumbuhan industri di Pulau Bali mendorong Kota Denpasar memiliki pendapatan per kapita dan pertumbuhan tinggi di Provinsi Bali. Usaha kedai kopi menjadi salah satu bisnis yang berkembang di Kota Denpasar. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya kedai kopi dijumpai di Kota Denpasar. Kedai kopi di Kota Denpasar menjual berbagai macam menu kopi salah satunya adalah kopi arabika Kintamani. Beberapa kedai kopi yang menawarkan menu kopi arabika Kintamani di Kota Denpasar adalah Karakter Coffee, Jenar Coffee, Infinite Coffee. Ketiga kedai kopi tersebut dipilih karena tren pengunjung pada dua tahun terakhir mengalami peningkatan. Selain itu, kedai kopi tersebut juga menawarkan teknik penyajian pada kopi arabika Kintamani yaitu kopi dengan tambahan gula atau susu atau krimer atau kopi murni tidak dengan tambahan apapun. Berkembangnya kepedulian konsumen terhadap produk olahan dan produk pertanian penting bagi produsen dan kedai kopi untuk mengetahui atribut yang disukai oleh konsumen kopi Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar. Atribut rasa, aroma, harga, dan teknik penyajian dianggap telah mewakili karakteristik kopi Kintamani untuk mendapatkan preferensi konsumen terhadap kopi arabika Kintamani.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah karakteristik konsumen kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar?
2. Atribut apa yang menjadi preferensi konsumen terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar.
2. Menganalisis atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Karakter Kopi, Jenar Kopi, dan Infinite Kopi Kota Denpasar, Bali. Waktu penelitian berlangsung selama 3 bulan, yaitu di bulan Januari 2022 hingga Maret 2023. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan dengan *purposive method*. Tiga kedai kopi yang dipilih dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Kota Denpasar menjadi kota metropolitan yang tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat salah satunya dalam konsumsi kopi.
2. Tiga kedai yang dipilih menyediakan menu dan teknik penyajian kopi arabika Kintamani dengan campuran susu / gula / krimer / tanpa campuran (kopi murni) sehingga dapat dilihat preferensi konsumen terhadap kopi arabika Kintamani.
3. Ketiga kedai kopi tersebut dianggap sebagai pelopor kedai kopi di Kota Denpasar, Bali karena didirikan sejak enam hingga tujuh tahun lalu.
4. Ketiga kedai kopi memiliki jarak yang berjauhan dan mewakili setiap wilayah di Kota Denpasar, Bali.

2.2 Data dan Metode Pengumpulan

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis data ordinal. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan, sedangkan data ordinal adalah data yang dapat dikategorikan namun terdapat tingkatan dan dapat menggunakan bermacam-macam metode analisis sesuai dengan informasi yang ingin diperoleh. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan pengisian kuisioner oleh responden yang merupakan konsumen kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali. Data sekunder yang ini diperoleh dari hasil dari penelitian terdahulu diantaranya penelitian preferensi konsumen terhadap suatu produk, data produksi kopi, buku profil kopi arabika Kintamani, serta literatur baik dari jurnal, buku, artikel, ataupun media online yang berkaitan.

2.3 *Penentuan Sampel Penelitian*

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kopi arabika Kintamani di Karakter Coffee, Jenar Coffee, dan Infinite Coffee di Kota Denpasar dengan jumlah tidak dapat diketahui. Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah mengkonsumsi kopi arabika kintamani sebanyak lebih dari tiga cangkir kopi dan melakukan pembelian terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali. Apabila konsumen telah mengkonsumsi kopi arabika Kintamani sebanyak lebih dari tiga kali, konsumen dapat mempertimbangkan atribut yang terdapat pada kopi arabika Kintamani.

Penelitian ini menggunakan analisis multivariat dengan jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah anggota sampel yang dapat digunakan adalah ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 kali jumlah indikator (Hair *et al.*, 2010). Jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 16 indikator, sehingga minimal dibutuhkan 16×5 atau 80 sampel, kemudian dibulatkan menjadi 85 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jasmalinda, (2021) Metode *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila telah mengkonsumsi kopi arabika kintamani sebanyak lebih dari tiga cangkir kopi dan melakukan pembelian terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali.

2.4 *Analisis Data*

Pada penelitian ini, untuk menjawab tujuan pertama yaitu mengidentifikasi karakteristik konsumen kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif karena dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sholikhah, 2016). Dalam menganalisis karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan perbulan, frekuensi pembelian, alasan pembelian, dan waktu mengkonsumsi kopi.

Untuk menjawab tujuan kedua menggunakan yaitu menganalisis atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar dengan menggunakan analisis konjoin karena analisis konjoin salah satu teknik analisis multivariat yang berguna untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa (Matdoan *et al.* 2019). Terdapat enam tahapan dalam analisis konjoin secara berurutan yaitu memformulasikan masalah. Menyusun stimuli dan menentukan desain analisis konjoin, menentukan jenis data yang diperlukan, mengumpulkan dan menafsirkan data, menilai reliabilitas dan validitas, urutan terakhir adalah melakukan simulasi (Wulandari & Sari, 2019).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Sampel Penelitian

Tabel 1.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Tahun 2023.

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Laki-laki	59	69%
2	Perempuan	26	31%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa persentase konsumen laki-laki 69% dan perempuan 31%. Hasil data tersebut menjelaskan konsumen terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali mayoritas laki-laki. Konsumen laki-laki lebih senang datang ke kedai kopi dikarenakan selain menyukai kopi, konsumen laki-laki juga dapat mengonsumsi kopi murni tanpa gula yaitu biji kopi pilihan dan disajikan dengan ukuran yang tepat sehingga menciptakan rasa dan aroma sesuai selera (Mairiyansyah, 2016). Hasil data tersebut bermanfaat untuk pengusaha kopi dalam mempertimbangkan segmentasi pasar karena penikmat kopi mayoritas laki-laki.

Tabel 2.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Umur Pada Tahun 2023.

No	Kelompok Umur	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	< 23 tahun	63	74%
2	23 – 29 tahun	18	21%
3	> 29 tahun	4	5%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa kelompok umur < 23 tahun merupakan umur yang paling banyak mengonsumsi kopi arabika Kintamani dengan persentase 74%, kemudian kelompok umur 23 – 29 tahun dengan persentase 21%, dan yang terakhir adalah kelompok umur > 29 tahun dengan persentase 4%. Hasil data tersebut menjelaskan bahwa umur konsumen kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali mayoritas di bawah 23 tahun. Pada zaman sekarang seumuran remaja yaitu umur di bawah 23 tahun senang meluangkan waktu bersama rekan atau teman di kedai kopi untuk menghabiskan waktu seperti bersantai atau aktivitas sehari-hari lainnya. Fenomena merebaknya kedai kopi diberbagai sudut Kota Denpasar adalah keberadaan serta eksistensi anak muda dengan umur 11 hingga 24 tahun sebagai

sarana pelepasan hasrat, selera, ajang pembentukan budaya, dan gaya hidup (Fauzi, *et al.*, 2017)

Tabel 3.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir Pada Tahun 2023

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	SD	4	5%
2	SMP	4	5%
3	SMA	38	43%
4	Akademi/Diploma	11	14%
5	Sarjana/S1	25	29%
6	Pasca Sarjana	3	4%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa konsumen kopi di kedai kopi Kota Denpasar mayoritas adalah berpendidikan terakhir SMA atau remaja yang telah bekerja dengan persentase 43%. Urutan kedua adalah sarjana dengan persentase 29%, urutan ketiga adalah diploma sebesar 14%, urutan keempat adalah SD dan SMP sebesar 5%, dan tingkat pendidikan terakhir terkecil adalah pasca sarjana dengan persentase 4%.

Tabel 4.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Rata-rata Pendapatan perbulan Pada Tahun 2023.

No	Rata-rata Pendapatan perbulan	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	< Rp. 1.000.000	29	34%
2	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	40	47%
3	> Rp. 3.000.000	16	19%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan perbulan responden mayoritas adalah Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebesar 47%, urutan kedua < Rp. 1.000.000 sebesar 34%, urutan terakhir dengan pendapatan > Rp. 3.000.000 sebesar 19%. Perbedaan pendapatan pada masing-masing konsumen kopi arabika Kintamani disebabkan perbedaan umur, tingkat pendidikan, dan lain sebagainya.

Tabel 5.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Konsumen Datang ke Kedai Kopi Pada Tahun 2023.

No	Datang perminggu	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	1 – 3 kali	47	55%
2	4 – 6 kali	25	29%
3	> 6 kali	13	16%
	Jumlah	85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pembelian di kedai kopi Kota Denpasar sebanyak 1 – 3 kali dengan persentase 55%, urutan kedua adalah pembelian 4 – 6 kali perminggu dengan persentase 29%, urutan terakhir sebanyak > 6 kali pembelian perminggu dengan persentase 16%. Konsumen yang datang ke kedai kopi sebanyak 1-3 kali dalam seminggu didominasi kaum remaja yang telah bekerja. Hasil data tersebut bermanfaat bagi pengusaha kedai kopi sebagai informasi minat konsumen datang ke kedai kopi Kota Denpasar, Bali.

Tabel 6.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Pembelian Kopi Sekali Datang Pada Tahun 2023.

No	Pembelian Kopi Dalam Sekali Datang	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	1 cangkir	65	76%
2	2 – 3 cangkir	17	20%
3	> 3 cangkir	3	4%
	Jumlah	85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen melakukan pembelian kopi dalam sekali datang di kedai kopi Kota Denpasar adalah 1 cangkir dengan persentase 76%, urutan kedua adalah 2 – 3 cangkir dengan persentase 20%, dan urutan terakhir sebanyak > 3 cangkir dengan persentase 4%. Hasil data tersebut menggambarkan dalam sekali datang konsumen hanya melakukan pembelian kopi arabika Kintamani sebanyak satu cangkir dan tidak membelikan rekan atau temannya.

Tabel 7.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Alasan Mengkonsumsi Kopi Pada Tahun 2023.

No	Alasan Mengkonsumsi Kopi	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Menghilangkan Kantuk	11	13%
2	Relaks	24	28%
3	Nikmat	38	44%
4	Kebutuhan	12	15%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Hasil data tersebut menjelaskan mayoritas alasan konsumen mengonsumsi kopi adalah nikmat dengan persentase sebesar 44%, kedua adalah relaks dengan sebesar 28%, urutan ketiga adalah kebutuhan sebesar 15%, dan urutan terakhir adalah menghilangkan kantuk sebesar 13%. Rasa nikmat pada kopi arabika Kintamani adalah alasan utama konsumen membeli kopi tersebut, tetapi jika konsumen terlalu banyak mengonsumsi kopi tidak baik untuk kesehatan. Hasil data tersebut berguna untuk pengusaha kopi agar dapat mempertahankan kualitas produk sesuai preferensi konsumen kopi arabika Kintamani.

Tabel 8.

Karakteristik Konsumen Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali Berdasarkan Kapan Waktu Konsumen Mengkonsumsi Kopi di Kedai Kopi Pada Tahun 2023.

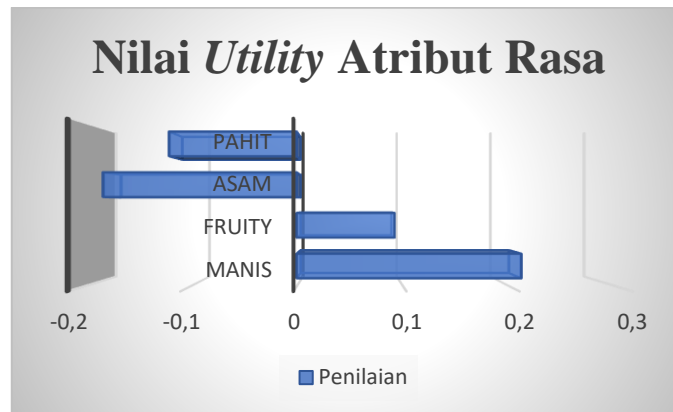
No	Waktu Mengkonsumsi Kopi di Kedai Kopi	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Hari Libur	51	60%
2	Hari Kerja	34	40%
Jumlah		85	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen mengonsumsi kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar pada hari libur dengan persentase 60%, sedangkan pada hari kerja sebesar 40%. Waktu mengonsumsi kopi didasarkan pada ketersediaan waktu yang dimiliki oleh konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Rasmikayati, *et al.*, 2020) yang menyatakan mayoritas jumlah responden kedai kopi yang memilih hari libur dikarenakan waktu mereka lebih banyak dibanding mereka melakukan kunjungan di hari kerja.

3.2 Nilai Utility Masing-Masing Indikator Atribut

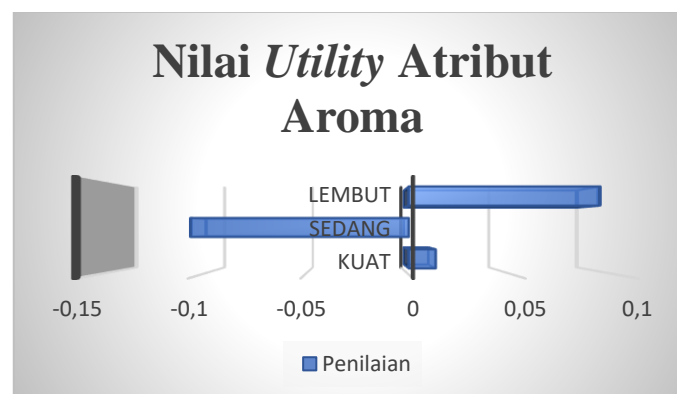
Nilai kegunaan (*Utility*) merupakan teori yang terlebih dahulu dikembangkan untuk menerangkan kelakuan individu dalam memilih barang-barang yang akan dibeli. Nilai paling besar menunjukkan preferensi responden paling tinggi terhadap indikator atribut tersebut (Arniati, *et al.*, 2020).



Gambar 1.

Nilai *Utility* Indikator Atribut Rasa
(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa atribut rasa dengan rasa manis paling disukai oleh responden dengan nilai *utilitas* 0,211; sedangkan rasa *fruity*, asam, dan pahit secara berurut adalah 0,092; -0,182; -0,12 menjadi atribut rasa yang paling tidak disukai. Berdasarkan hasil data tersebut pengusaha kedai kopi harus mempertahankan atau menciptakan kualitas rasa manis dan *fruity* pada kopi arabika Kintamani karena kedua indikator rasa manis dan *fruity* memiliki nilai positif.

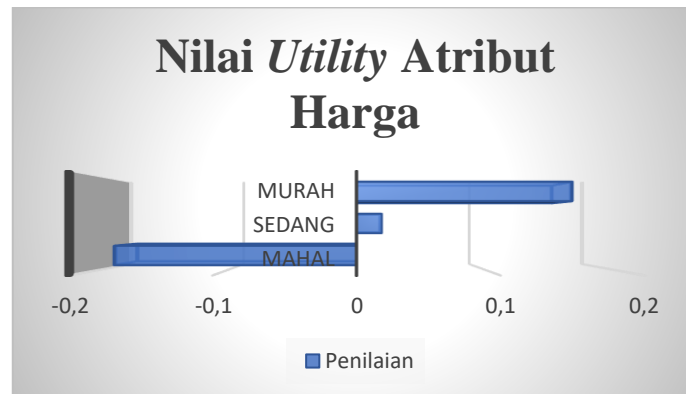


Gambar 2.

Nilai *Utility* Indikator Atribut Aroma
(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa atribut aroma dengan aroma lembut paling disukai oleh responden dengan nilai *utilitas* 0,092; sedangkan aroma kuat dan

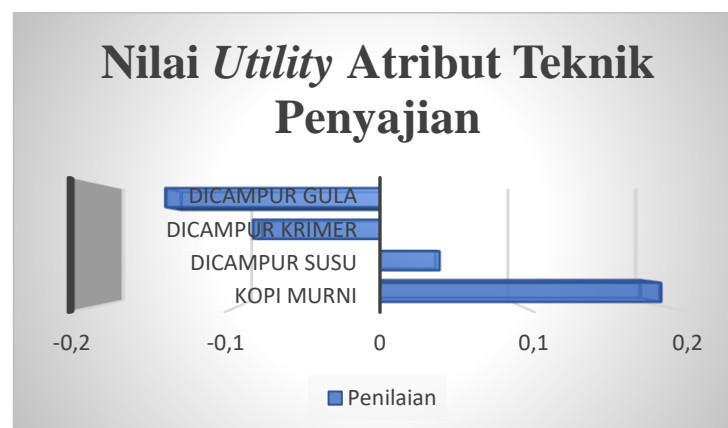
sedang secara berurut adalah 0,013 dan -0,105 menjadi atribut aroma yang paling tidak disukai. Berdasarkan hasil data tersebut pengusaha kedai kopi harus mempertahankan atau menciptakan kualitas aroma lembut dan kuat pada kopi arabika Kintamani karena kedua indikator aroma lembut dan kuat memiliki nilai positif.



Gambar 3.

Nilai *Utility* Indikator Atribut Harga
(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa atribut harga dengan harga murah paling disukai oleh responden dengan nilai *utilitas* 0,162; sedangkan harga sedang dan mahal secara berurut adalah 0,019 dan -0,182 menjadi atribut harga yang paling tidak disukai. Berdasarkan hasil data tersebut pengusaha kedai kopi harus mempertahankan harga murah dan sedang pada kopi arabika Kintamani karena kedua indikator harga murah dan sedang memiliki nilai positif.



Gambar 4.

Nilai *Utility* Indikator Atribut Teknik Penyajian
(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa atribut teknik penyajian dengan teknik penyajian kopi murni paling disukai oleh responden dengan nilai *utilitas* 0,193;

sedangkan teknik penyajian dicampur susu, dicampur krimer, dan dicampur gula secara berurut adalah 0,041; -0,087; -0,147 menjadi atribut teknik penyajian yang paling tidak disukai. Berdasarkan hasil data tersebut pengusaha kedai kopi harus mempertahankan teknik penyajian kopi murni dan kopi dicampur susu pada kopi arabika Kintamani karena kedua indikator teknik penyajian kopi murni dan kopi dicampur susu memiliki nilai positif.

3.3 *Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Arabika Kintamani di Kedai Kopi Kota Denpasar, Bali*

Nilai terbesar menunjukkan tingkat preferensi utama responden terhadap atribut produk tersebut, sedangkan nilai terkecil adalah konsumen tidak menganggap penting atribut tersebut. Pengusaha kopi harus mempertahankan atribut yang menjadi preferensi utama konsumen.

Importance Values

rasa	32.204
aroma	18.593
harga	19.989
penyajian	29.214
Averaged Importance Score	

Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	.972	.000
Kendall's tau	.852	.000

a. Correlations between observed and estimated preferences

Tingkat nilai kepentingan atribut kopi arabika Kintamani secara rata-rata atribut rasa memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi sebesar 32,204% dengan nilai *utility* indikator rasa tertinggi adalah rasa manis sebesar 0,211. Urutan kedua tingkat kepentingan atribut adalah teknik penyajian sebesar 29,214% dengan nilai *utility* indikator teknik penyajian tertinggi adalah kopi murni atau tanpa campuran sebesar 0,193. Urutan ketiga tingkat kepentingan atribut adalah harga sebesar 19,989% dengan nilai *utility* indikator harga tertinggi adalah harga murah sebesar 0,162. Urutan terakhir tingkat kepentingan atribut adalah aroma sebesar 18,593% dengan nilai *utility* indikator aroma tertinggi adalah aroma lembut sebesar 0,092. Tingkat kepentingan atribut secara berurutan adalah rasa, teknik penyajian, harga, dan aroma. Atribut rasa

menunjukkan tingkat preferensi utama konsumen terhadap kopi arabika Kintamani di kedai kopi Kota Denpasar, Bali sehingga pengusaha kedai kopi harus mempertahankan kualitas atribut rasa sebagai preferensi utama konsumen.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan yaitu jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki. Kelompok usia terbanyak adalah umur di bawah 23 tahun. Tingkat pendidikan terakhir terbanyak adalah SMA. Pendapatan perbulan terbanyak adalah Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000. Konsumen datang ke kedai kopi dalam seminggu terbanyak adalah 1-3 kali. Pembelian kopi dalam sekali datang terbanyak adalah 1 cangkir. Alasan konsumen mengkonsumsi terbanyak adalah nikmat. Waktu mengkonsumsi terbanyak adalah hari libur. Nilai tingkat kepentingan tertinggi sebagai pertimbangan konsumen membeli kopi arabika Kintamani yaitu atribut rasa dengan indikator rasa manis. Urutan kedua adalah atribut teknik penyajian dengan indikator kopi murni. Urutan ketiga adalah atribut harga dengan indikator harga murah. Urutan terakhir adalah atribut aroma dengan indikator aroma lembut.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat saran yaitu untuk mengetahui preferensi konsumen yang lebih akurat disarankan agar menyediakan produk sesuai hasil pada penelitian tersebut. Pelaku usaha kedai kopi disarankan untuk menjaga kualitas rasa karena rasa menjadi daya tarik utama bagi konsumen kopi arabika Kintamani. Hasil penelitian ini, disarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai beberapa variabel yang belum diteliti, seperti volume air dalam secangkir kopi, *latte art*, dan tingkat panas air dalam secangkir kopi.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam penelitian ini yang telah membantu penulis sehingga penulisan *e-journal* ini dapat terlaksana. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

Daftar Pustaka

- Arniati, N. Budianto, A. & Setianingsih, W. 2020. Pengaruh Utility Atribut Dan Logo Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Study Pada Dealer Bahana Motor Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*. 2(4): 154-167.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2021. Produksi Kopi Arabika Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali (Ton) 2019-2021. Badan Pusat Statistik. Denpasar.
- Enggartyasto, F, H., Kusnandar, & Sundari, M, T. 2020. Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Temanggung di Coffee Shop Kota Surakarta. *Jurnal AGRISTA*,

8(1): 38-47.

- Fauzi, A. Punia, I. N. & Kamajaya, G. 2017. Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*. 3(5): 40-47.
- Hair, J, F. William, C, B. Barry, J, B. & Rolph, E, A. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- International Coffee Organization. 2017. *Total Production by All Exporting Country*. International Coffee Organization.
- Jasmalinda. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(10) : 2199-2204.
- Mairiyansyah. 2016. *Motivasi Konsumen dalam Mengonsumsi Kopi Arabika (Studi Kasus di Klinik Kopi Jalan Kaliurang Km 7.5, Gang Madukoro, Sleman)*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Matdoan, M, Y. Rupilu, I, Y. Lesnussa, Y, A. & Wattimena, A, Z. 2019. Analisis Konjoin Untuk Menentukan Persepsi Mahasiswa Matematika Terhadap Dosen. *Jambura Journal of Mathematics*. 1(2) :79-88.
- Rasmikayati, E. Deaniera, A, N. Supyandi, D. Sukayat, Y. & Saefudin, B, R. 2020. Analisa Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 6(2): 969-984.
- Sholikhah, A. 2016. Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Komunika*. 10(2): 348.
- Solikatun., Kartono, D, T., & Demartoto, A. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1): 60-74.
- Wulandari, S. & Sari, F, M. 2019. Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online Tahun 2019. *Jurnal Statistika*. 7(2) : 124-131.