
**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
TERHADAP 3 PRODUK KOPI DI KABUPATEN JEMBER**

Ana Pratiwi¹

Dinada Husniah²

Nisa Puji Lestari³

Hanifah Nurul Izzati⁴

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember^{1,2,3}

anapратиwi@uinkhas.ac.id¹

dinada1407@gmail.com²

nisalestari97434@gmail.com³

hanifahnrizt@gmail.com⁴

History Artikel

Received: 27-06-2023; ***Revised:*** 22-12-2023; ***Accepted:*** 26-03-2024; ***Published:*** 30-09-2024

ABSTRAK

Kopi adalah produk yang termasuk kedalam sektor perkebunan dimana mempunyai nilai ekonomi yang relatif tinggi dibandingkan dengan tanaman pada perkebunan lainnya. Kabupaten Jember bukan hanya penghasil tembakau saja tetapi juga penghasil kopi tertinggi di Jawa Timur dengan peringkat ketiga. Kopi yang dihasilkan oleh Kabupaten Jember tidak hanya dijual berupa kopi bijian namun diolah menjadi kopi bubuk. Penelitian ini dilakukan untuk memperkenalkan dan memberikan sampel kepada masyarakat terutama di Kecamatan Tanggul dan Semboro sehingga bisa mengetahui jenis kopi yang menjadi pilihan masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam menentukan lokasi pada penelitian ini menggunakan metode *multistage sampling* untuk menentukan Kabupaten dan dilanjutkan menentukan Kecamatan yang akan dijadikan penelitian dengan metode *cluster sampling*. Sedangkan dalam memperoleh sampel responden dilakukan dengan menggunakan metode *insidental sampling*. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder. Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan metode *grid analysis*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan dua kecamatan yang telah di survei menunjukkan bahwa dari segi rasa, aroma, warna, kekentalan dan desain kemasan masyarakat memiliki nilai kepuasan yang tinggi terhadap produk kopi kapal api kemudian di posisi kedua yaitu kopi kahyangan yang disusul dengan kopi gadjah yang berada pada urutan ketiga. Namun jika dilihat dari ampas kopi maka di kecamatan Tanggul memiliki jumlah nilai yang sama antara kopi kapal api dan kopi kahyangan kemudian di urutan ketiga terdapat kopi gadjah. sedangkan di kecamatan semboro untuk ampas kopi sendiri lebih unggul produk kopi kapal api sedangkan kopi kahyangan menempati posisi kedua kemudian dilanjutkan kopi gadjah yang berada pada urutan ketiga.

Kata Kunci: Kopi, Keputusan Pembelian, Preferensi Konsumen

ABSTRACT

Coffee is a product included in the plantation sector which has a relatively high economic value compared to plants on other plantations. Jember regency is not only a tobacco producer but also the highest coffee producer in East Java with third place. The coffee produced by

Jember Regency is not only sold as ground coffee but is processed into ground coffee. This research was conducted to introduce and provide samples to the community, especially in Tanggul and Semboro District, so they can find out what type of coffee the community choose. The type of research used is quantitative research using descriptive methods. In determining the location for this research, a multistage sampling method was used to determine the district and continued to determine the subdistrict that would be used as research using the cluster sampling method. Meanwhile, obtaining a sample of respondents was carried out using the incidental sampling method. The data sources used come from primary and secondary data. In analyzing the data in this research, we used the grid analysis method. The results of this research show that based on the two sub district that have been surveyed, it shows that in terms of taste, aroma, color, thickness, and packaging design the community has a high satisfaction score with Kapal Api coffee products, then in second place is Kahyangan coffee, followed by Gajah coffee is in third place. But if you look at the coffee grounds, Tanggul sub district has the same value between Kapal Api coffee and Kahyangan coffee, then in third place is Gajah coffee. Meanwhile in Semboro sub district, the coffee grounds itself is superior to the Kapal Api coffee product, while Kahyangan coffee is in second place, followed by Gajah coffee which is in third place.

Keywords: *Coffee, Purchase Decisions, Consumer Preferences.*

PENDAHULUAN

Preferensi konsumen merupakan suatu bentuk pilihan yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk maupun jasa yang sedang mereka konsumsi dimana pilihan ini bersifat suka maupun tidak suka. Kesukaan dalam preferensi konsumen bisa dilihat dari beberapa pilihan produk yang ditawarkan. Berdasarkan pendapat yang dipaparkan oleh Rahardja dan Mandala, preferensi memiliki kaitan dengan skala prioritas yang disusun oleh konsumen untuk menentukan pilihan saat pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Dalam hal ini terdapat dua perilaku yang mempunyai kaitan dengan preferensi konsumen diantaranya yaitu lebih suka (prefer) dan sama sama disukai (indifference) (Rohmah & Subari, 2021). Ada beberapa factor yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu harga, pendapatan konsumen, keragaman produk dan kualitas produk (Rizqullah, 2022).

Keputusan pembelian merupakan suatu bentuk keputusan yang diambil oleh pembeli terhadap produk atau layanan yang akan dibeli. Keputusan dalam pembelian dapat merujuk kepada perilaku yang bersifat individu maupun pembelian rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi (Evi, Tontowi, Imas, 2020). Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu

konsumen itu sendiri dan pengaruh lingkungan (Sitorus, 2017). Sebelum adanya keputusan pembelian konsumen melalauai berberapa tahap dalam keputusan pembelian yaitu: (1) Identifikasi masalah; (2) Pencarian informasi; (3) Evaluasi alternatif; (4) Keputusan pembelian; (5) Perilaku pasca pembelian (Saputra, 2020).

Kopi adalah produk yang termasuk kedalam sektor perkebunan dimana mempunyai nilai ekonomi yang relatif tinggi dibandingkan dengan tanaman pada perkebunan lainnya serta tanaman kopi juga menjadi penyumbang devisa negara. Selain menjadi penyumbang devisa negara, tanaman kopi berperan penting sebagai sumber pendapatan para petani kopi yang ada di Indonesia (Amalia et al., 2022).

Berdasarkan data di Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 menunjukkan bahwa provinsi Jawa Timur menduduki urutan keenam sebagai Provinsi penghasil kopi yang terbesar di Indonesia dimana jumlahnya sebesar 45,8 ribu ton (Zakawaly, 2023). Kabupaten Jember sendiri berada di peringkat ketiga sebagai Kabupaten penghasil kopi yang paling tinggi di Jawa Timur dengan jumlah hasil kopi sebanyak 11.827 ton di tahun 2021 sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan dengan total hasil kopi sebesar 11,795 ton (Samsudin, 2023). Berdasarkan data yang dipaparkan oleh ICO terdapat beberapa macam

kopi yang akan menyebabkan persaingan antar perusahaan untuk menciptakan produk yang lebih unggul dari perusahaan lainnya dengan menciptakan merk (brand). Ketertarikan konsumen akan menjadi tinggi terhadap sebuah merk yang mempunyai reputasi baik (Amalia et al., 2022).

Tanggul dan Semboro merupakan Kecamatan yang ada di Kabupaten Jember dimana Kecamatan Tanggul memiliki jumlah penduduk sebanyak 80.575 jiwa sedangkan Kecamatan Semboro 41.274 jiwa (Badan Pusat Statistik Jember, 2021). Mayoritas penduduk di Kecamatan Tanggul dan Semboro merupakan pecinta kopi dari berbagai jenis merk kopi dimana masyarakat cenderung lebih memilih dan menikmati kopi sachet. Masyarakat lebih cenderung memilih kopi sachet karena jenis kopi ini lebih ekonomis dan praktis dibandingkan dengan kopi olahan sendiri. Berdasarkan uraian yang telah di paparkan maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana preferensi konsumen dalam keputusan pembelian terhadap tiga produk kopi (kapal api, gajah dan kahyangan) di Kecamatan Tanggul dan Semboro yang berada di Kabupaten Jember.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian Kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam menentukan lokasi pada penelitian ini menggunakan metode *multistage sampling* untuk menentukan Kabupaten dan dilanjutkan menentukan Kecamatan yang akan dijadikan penelitian dengan metode *cluster sampling*. Sedangkan dalam memperoleh sampel responden dilakukan dengan menggunakan metode *insidental sampling*, dimana sampel diperoleh secara kebetulan secara berpapasan atau bertemu dengan orang yang sedang meneliti. Adapun responden yang kami ambil sebanyak 30 sampel pada setiap kecamatan dengan umur 16 tahun keatas yang sedang mengkonsumsi kopi secara aktif (Sugiono, 2016).

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu primer yang diperoleh dengan cara observasi serta wawancara langsung kepada responden dan data sekunder yang diperoleh melalui perantara media tidak melalui penelitian secara langsung seperti dari BPS (Badan Pusat Statistik), Kementerian Pertanian dan masih banyak yang lainnya. Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan metode *grid*

analysis untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap tiga produk kopi yaitu kopi kapal api, kopi gajah dan kopi kahyangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kecamatan Tanggul

a) Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi minum kopi, dan merk kopi yang sering dikonsumsi. Jumlah responden yang digunakan dalam survei ini sebanyak 30 orang di Kecamatan Tanggul.

Usia responden di wilayah penelitian bervariasi. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, rentang usia responden berkisar antara 16 hingga 83 tahun sebagai penikmat kopi. Dimana pada usia responden antara 16 hingga 32 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase sebesar 6%. Responden dengan rentan usia 33-49 tahun berjumlah 15 orang dengan presentase paling tinggi yaitu 50%. Untuk responden dengan rentang usia 50-66 tahun berjumlah 6 orang dengan total presentase 20%. Sedangkan untuk responden dengan usia 67-83 tahun berjumlah 3 orang dengan total presentase 10%.

Jenis kelamin responden yang ada di Kecamatan Tanggul adalah mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebagai penikmat kopi yang jumlahnya sebanyak 18 responden dengan presentase sebesar 60%. Sedangkan sisanya yaitu berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden 12 orang dengan presentase sebesar 40%. Berdasarkan data tersebut, responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak mengkonsumsi jenis kopi sachet sehingga memiliki potensi untuk dijadikan sebagai sasaran dari pemasaran produk kopi kahyangan.

Responden di Kecamatan Tanggul mempunyai jenis pekerjaan yang beragam yaitu mulai dari wiraswasta sampai ibu rumah tangga. Mayoritas jenis pekerjaan para responden yaitu pekerjaan lainnya dengan jumlah 10 orang yang terdiri dari tukang bengkel, tukang becak, petani, pegawai toko, penjual es, penjual sate dan pensiunan. Sedangkan untuk responden yang bekerja sebagai wiraswasta yaitu berjumlah 9 orang dengan presentase sebesar 30%. Untuk Ibu Rumah Tangga terdiri dari 5 responden dengan jumlah presentase sebesar 17%. Selain itu jenis responden yang berprofesi sebagai pedagang

berjumlah 6 orang dengan presentase sebesar 20%.

Frekuensi minum kopi dihitung dalam waktu sehari berapa banyak jumlah kopi yang dikonsumsi. Berdasarkan survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam mengonsumsi kopi sebanyak 1-2 gelas dalam sehari dengan jumlah sebanyak 22 orang yang memiliki tingkat presentase sebesar 72%, sedangkan untuk frekuensi minum kopi sebanyak 3-4 gelas dilakukan oleh 7 orang dengan jumlah presentase 23%. Untuk frekuensi konsumsi kopi sebanyak 5-6 gelas dilakukan oleh 1 responden dengan jumlah presentase 3%. Berdasarkan *European Food Safety Authority* menjelaskan bahwa batas maksimal yang aman untuk dijadikan acuan dalam mengonsumsi jenis kafein bagi orang dewasa yang tidak mempunyai riwayat penyakit adalah 400 mg dalam sehari dimana hal ini setara dengan jumlah 4 cangkir kopi, 10 kaleng minuman yang bersoda atau dua kaleng minuman berenergi (Kusumoastuti, 2019).

Berdasarkan survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa jenis merk kopi yang dikonsumsi oleh responden beragam karena mereka memiliki selera tersendiri. Beberapa responden banyak yang lebih memilih untuk mengonsumsi kopi dengan jenis merk Kapal Api yaitu dengan jumlah 13 orang dengan presentase sebesar 43%. Selain kopi Kapal Api, responden juga lebih memilih untuk mengonsumsi kopi buatan sendiri atau selean sendiri yaitu dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 33%. Untuk jenis kopi lainnya yaitu kopi ABC, kopi luwak dan kopi barong dikonsumsi oleh 7 orang responden dengan presentase 23%. Berdasarkan fakta dilapangan menunjukkan bahwa masyarakat masih belum mengetahui kopi Kahyangan sehingga dari jumlah 30 responden tidak ada yang memilih kopi Kahyangan sebagai merk kopi yang dikonsumsi. Sedangkan untuk kopi Gajah sendiri beberapa responden sudah mengetahuinya namun mereka tidak terlalu begitu suka dari segi rasa.

b) Analisis Keputusan Pembelian Terhadap Beberapa Merk Kopi

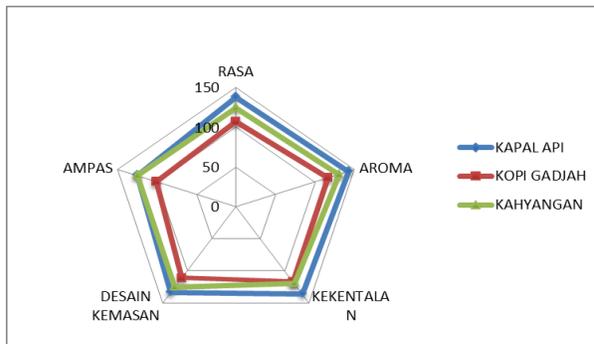
Keputusan pembelian konsumen menurut pendapat Shiffman Kanuk adalah suatu bentuk alternative pilihan yang ada dimana terdiri dari dua atau lebih untuk menentukan keputusan saat akan membeli produk (Donovan & Hurdawaty, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan

tiga merk kopi yaitu Kapal Api, Gajah dan Kahyangan dimana parameter yang digunakan yaitu terkait rasa, aroma, kekentalan, desain kemasan dan ampas kopi. Pada penelitian ini menggunakan grid analysis, berikut ini merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Hasil *Grid Analysis* Seluruh Responden

Atribut	Kapal Api	Gajah	Kahyangan
Rasa	138	107	124
Aroma	143	116	130
Kekentalan	136	117	120
Desain Kemasan	134	111	125
Ampas	125	101	125
Total	676	552	624

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari ketiga merk kopi yaitu kopi Kapal Api, kopi Gajah dan kopi Kahyangan yang memiliki jumlah total paling tinggi yaitu kopi Kapal Api. Dalam hal ini disebabkan karena kopi Kapal Api mempunyai perpaduan komposisi yaitu terdiri dari 70% kopi robusta dan 30% kopi arabika sehingga menghasilkan aroma dan mempunyai rasa yang pas serta sempurna. Jika dilihat dari segi desain kemasan maka Kapal Api memperoleh nilai yang tinggi karena kopi Kapal Api memiliki ciri khas tersendiri yaitu terdapat gambar kapal yang dijadikan sebagai identitas sehingga konsumen mudah mengingat. Dari segi aroma, kopi Kapal Api memiliki nilai yang tinggi dibandingkan dengan kopi Kahyangan dan kopi Gajah karena aroma tersebut merupakan ciri khas dari kopi arabika sehingga membuat kopi Kapal Api mempunyai aroma yang lebih soft sehingga dapat menarik minat konsumen. Sedangkan untuk segi warna dan kekentalan, kopi Kapal Api lebih unggul dari pada kopi Gajah dan kopi Kahyangan sehingga warnanya terlihat lebih pekat dan memiliki tekstur yang kasar.



Gambar 1. Diagram Jaringan Laba-Laba dari Tiga Produk Kopi di Kecamatan Tanggul

Dalam diagram jaringan laba-laba diatas menunjukkan bahwa warna biru merupakan produk kopi Kapal Api, warna merah kopi Gajah, dan warna hijau kopi Kahyangan. Pada diagram tersebut kopi Kapal Api mempunyai grafik yang paling tinggi kemudian pada urutan nomor dua yaitu kopi Kahyangan yang disusul oleh kopi Gajah yang berada pada urutan ketiga. Di Kecamatan Tanggul kopi Kapal Api lebih banyak diminati karena produk ini memang terkenal dan banyak beredar di sekitar masyarakat sehingga memudahkan konsumen jika ingin membelinya. Sedangkan untuk kopi Kahyangan sendiri berada pada posisi kedua karena beberapa responden ada yang tertarik dengan kopi Kahyangan jika dibandingkan dengan kopi Gajah rasanya masih lebih enak kopi Kahyangan. Selain itu setelah mengkonsumsi kopi Kahyangan tidak membuat lambung menjadi panas sehingga di Kecamatan Tanggul ini kopi Kahyangan memiliki potensi dan peluang untuk di pasarkan. Sedangkan kopi Gajah sendiri berada pada urutan ketiga karena banyak responden yang mengatakan jika kopi Gajah memiliki rasa pahit yang cukup kuat dan melekat. Berdasarkan penggunaan brand, mayoritas kopi yang dikonsumsi masyarakat di Kecamatan Tanggul yaitu kapal api dimana kopi ini menjadi produk pilihan masyarakat dalam keputusan pembelian kopi.

B. Kecamatan Semboro

a) Karakteristik Responden

Beberapa sampel yang diambil terdiri atas berbagai macam karakteristik seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi penikmat kopi serta kopi yang sering diminum responden sehari-hari. Banyaknya jumlah responden pada Kecamatan Semboro sebanyak 30 orang.

Usia responden yang berada di wilayah

penelitian terdiri dari beberapa usia. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan usia responden pada rentan usia 16 hingga 83 tahun. Penikmat kopi yang ada di Kecamatan Semboro di usia 50-66 tahun sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 56,67%. Selain itu untuk usia 33-49 tahun yang sebanyak 8 orang memiliki presentase sebesar 26,67% dan pada usia 16-32 tahun sejumlah 5 orang dengan presentase sebesar 16,67%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun usia sudah masuk ke golongan lansia masih dapat menikmati kopi setiap harinya.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan di Kecamatan Semboro menunjukkan bahwa mayoritas penikmat kopi berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 responden yang telah disurvei dengan presentase sebesar 67%. Sedangkan 10 responden lagi yaitu berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 33%. Sehingga dapat disimpulkan penikmat kopi yang lebih besar yaitu laki-laki sehingga sasaran dalam pembelian kopi kebanyakan kaum pria.

Hasil survey yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa pekerjaan para responden bermacam-macam mulai dari pedagang hingga wiraswasta. Pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 20%. Pada pekerjaan sebagai pedagang sejumlah 14 orang dengan responden sebesar 47%. Apabila pada Ibu Rumah Tangga hanya sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 3% dan yang terakhir pekerjaan lainnya seperti guru, chef, petani dan masih ada yang lainnya sebanyak 9 orang dengan presentase sebanyak 30%.

Dalam menghitung frekuensi minum kopi dihitung dari seberapa banyak responden minum kopi dalam satu hari. Apabila dilihat dari hasil survey yang telah dilakukan bahwa mayoritas responden minum kopi sebanyak 1-2 gelas setiap harinya dengan responden sejumlah 22 orang dengan persentase 73%. Sedangkan 7 orang responden meminum kopi sebanyak 3-4 setiap hari dengan persentase 23%. Sedangkan 7-8 gelas perhari hanya 1 responden dimana persentasenya 3%. Dengan adanya hasil survey yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa orang-orang yang berada di Kecamatan Semboro minimal hanya minum kopi 1 kali dalam sehari.

Setiap orang memiliki selera kopi yang berbeda-beda. Ada yang suka membeli kopi instan atau pun kopi yang diolah sendiri. Dari penelitian

yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa mayoritas responden meminum kopi Kapal Api dengan frekuensi sebanyak 15 orang dan memiliki persentase 50%. Sedangkan 12 orang menikmati kopi dengan berbagai macam merk kopi seperti kopi ABC, kopi luwak dan lainnya yang persentasenya sebesar 40%. Sisanya sebanyak 10% dari 3 responden menikmati kopi dengan mengolahnya sendiri.

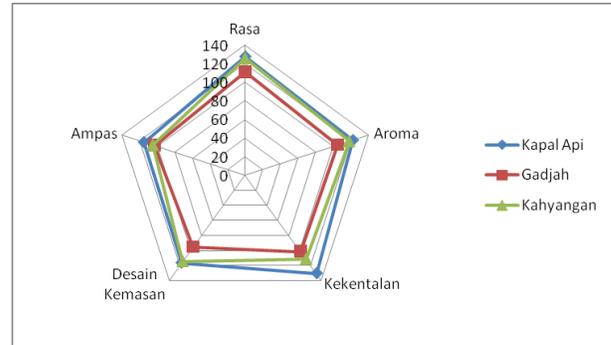
b) Analisis Keputusan Pembelian Terhadap Beberapa Merk Kopi

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh pembeli terhadap produk atau layanan yang akan dibeli (Evi, Tontowi, Imas, 2020). Survei yang dilakukan digunakan untuk membandingkan antar kopi Kapal Api, kopi Gajah dan kopi Kahyangan yang merupakan kopi asli Kabupaten Jember. Survei yang dilakukan di Kecamatan Semboro mendapatkan hasil sebagai berikut pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Hasil *Grid Analysis* Seluruh Responden

Atribut	Kapal Api	Gajah	Kahyangan
Rasa	128	111	126
Aroma	122	105	118
Kekentalan	131	102	112
Desain Kemasan	117	96	115
Ampas	115	103	105
Total	613	517	576

Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui bahwa kopi Kapal Api mengungguli diantara kopi Gajah dan kopi Kahyangan di segala aspek baik pada rasa, aroma, kekentalan, desain kemasan, dan ampas kopi. Konsumen yang menikmati kopi lebih banyak meminum kopi dari merk Kapal Api. Sedangkan kopi Gajah dengan kopi Kahyangan masih belum banyak dikenal oleh orang-orang. Adapun dari segi rasa kopi, tetap kopi Kapal Api yang akan dipilih dan dibeli oleh masyarakat karena sudah terbiasa dan banyak beredar dipasaran.



Gambar 2. Diagram Jaringan Laba-laba dari Tiga Produk Kopi di Kecamatan Semboro

Pada diagram jaring laba-laba diatas menjelaskan bahwa warna biru menunjukkan produk Kapal Api, warna merah kopi Gajah sedangkan warna hijau adalah kopi Kahyangan. Berdasarkan data diatas di Kecamatan Semboro banyak responden yang mengkonsumsi kopi Kapal Api kemudian di urutan kedua yaitu kopi Kahyangan dan selanjutnya disusul kopi Gajah yang berada di posisi ketiga. Responden yang berada di Kecamatan Semboro lebih banyak menyukai dan mengkonsumsi kopi Kapal Api karena menurut pendapat mereka kopi Kapal Api rasanya lebih enak dan mempunyai rasa yang khas sehingga berbeda dari kopi Kahyangan dan kopi Gajah. Untuk kopi Kahyangan sendiri beberapa masyarakat ada yang tertarik meskipun mereka banyak yang tidak mengetahui produk ini, namun produk ini masih bisa diterima oleh masyarakat sehingga di Kecamatan Semboro mempunyai peluang untuk memasarkan produk kopi Kahyangan. Sedangkan untuk kopi Gajah berada pada urutan ketiga karena minat masyarakat terhadap produk ini masih minim, hal ini dikarenakan kopi Gajah memiliki *after test* rasa yang pahit dan cenderung melekat lebih lama pada mulut, sehingga menyebabkan kopi ini kurang diminati oleh masyarakat meskipun merknya sudah tidak asing lagi dan sudah tersedia di berbagai toko maupun supermarket.

SIMPULAN DAN SARAN

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak digandrungi oleh masyarakat mulai dari anak-anak, orang dewasa hingga lansia. Konsumen kopi yang berada di dua Kecamatan di Kabupaten Jember yaitu Kecamatan Tanggul dan Kecamatan Semboro menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai selera yang beragam terkait produk

kopi yang mereka konsumsi setiap harinya, dalam hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya usia, pekerjaan, gaya hidup dan faktor lingkungan sehingga hal ini bisa mempengaruhi terhadap jumlah *grid analysis* yang telah dilakukan.

Merk kopi Kapal Api, kopi Gajah dan kopi Kahyangan membuat konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri setelah mengkonsumsinya. Aspek-aspek seperti rasa, aroma, warna, kekentalan merupakan faktor utama yang paling berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen. Adapun faktor lain yang menjadi faktor pendukungnya yaitu desain kemasan dan juga ampas kopi sehingga bisa mempengaruhi konsumen dalam memberikan persepsi positif terhadap produk.

Berdasarkan dua kecamatan yang telah disurvei menunjukkan bahwa dari segi rasa, aroma, warna dan kekentalan serta desain kemasan, masyarakat memiliki nilai kepuasan yang tinggi terhadap produk kopi Kapal Api kemudian di posisi kedua yaitu kopi Kahyangan yang disusul dengan kopi Gajah yang berada pada urutan ketiga namun jika dilihat dari ampas kopi maka di Kecamatan Tanggul memiliki jumlah nilai yang sama antara kopi Kapal Api dan kopi Kahyangan, kemudian diurutkan ketiga terdapat kopi Gajah. Sedangkan di Kecamatan Semboro untuk ampas kopi sendiri lebih unggul produk kopi Kapal Api sedangkan kopi Kahyangan menempati posisi kedua dan kemudian dilanjutkan yaitu kopi Gajah yang berada pada urutan ketiga.

Sedangkan saran yang kami berikan supaya kopi Kahyangan lebih dikenal oleh masyarakat yaitu perusahaan harus lebih gencar lagi untuk melakukan promosi. Promosi ini bisa dilakukan melalui media sosial karena informasi yang disampaikan lewat media sosial lebih cepat menyebar dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Selain promosi yang dilakukan lewat media sosial, perusahaan juga bisa melakukan promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) karena promosi jenis ini mudah untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada: (1) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan dukungannya dalam pembuatan pengabdian ini; (2) Perusahaan

Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Jember yang telah membantu dalam proses kegiatan pengabdian; (3) Ibu Ana Pratiwi, M.S.A selaku dosen yang telah mendampingi dan membimbing kami; (4) Pihak-pihak lain yang ikut berkontribusi serta membantu kami dalam proses pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, F. N., Ariadi, B. Y., & Widyastuti, D. E. (2022). Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Kedai Kopi Janji Jiwa dengan Kedai Kopi Kenangan di Kota Malang. *Agrimor*, 7(2), 45–53.
<https://doi.org/10.32938/ag.v7i2.1589>
- Badan Pusat Statistik Jember. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Jember*. Badan Pusat Statistik Jember.
<https://jemberkab.bps.go.id/statictable/2021/11/08/318/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-di-kabupaten-jember-2020.html>
- Donovan, J., & Hurdawaty, R. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Es Kopi Susu (Studi Kasus Pada Konsumen Ombe Kofie Summarecon Mal Bekasi). *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 2(2), 67–84.
<https://doi.org/10.21009/jppv2i2.07>
- Evi, Tontowi, Imas, & M. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 79.
- Kusumoastuti, A. W. (2019). *Batas Aman Minum Kopi Dalam Sehari*. Klikdokter.
<https://www.klikdokter.com/gaya-hidup/sehat-bugar/demi-kesehatan-berapa-batas-aman-minum-kopi-dalam-sehari>
- Rizqullah, M. F. (2022). *Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Daging Sapi Di Pasar Modern Kota Makassar (Studi Kasus Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar)*. Universitas Hasanuddin.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021).

- Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548–562.
<https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9129>
- Samsudin, H. (2023). *4 Daerah Penghasil Kopi Terbesar di Jawa Timur*. Malang Network.
<https://malang.jatimnetwork.com/nasional/3799920137/4-daerah-penghasil-kopi-terbesar-di-jawa-timur-bukan-jember-dan-banyuwangi-juaranya-melainkan?page=2>
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23.
https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sitorus, C. et al. (2017). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Produk Yoghurt Cimory Di Swalayan Kota Semarang. *Sosial Ekonomi*, 1–9.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- Zakawaly, A. (2023). *10 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia*. Jawa Pos.
<https://www.jawapos.com/ekonomi/011817492/10-provinsi-penghasil-kopi-terbesar-di-indonesia>