

**USULAN PERBAIKAN DI KEDAI KOPI KETJE  
SUKARAME BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG  
BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Christopher Theo Halim

NPM : 2017610025



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Christopher Theo Halim  
NPM : 2017610025  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI KEDAI KOPI KETJE SUKARAME  
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2021

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Christopher Theo Halim

NPM : 2017610025

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“USULAN PERBAIKAN DI KEDAI KOPI KETJE SUKARAME BERDASARKAN  
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2021

Christopher Theo Halim  
2017610025

## ABSTRAK

Masa sekarang ini, masyarakat Indonesia mulai menggemari meminum kopi. Banyak sekali kedai-kedai kopi yang belakangan ini sering bermunculan. Kedai kopi yang bermunculan ini menawarkan berbagai hal yang menarik. Seperti tempat yang bagus buat foto, sampai memiliki koneksi yang baik menjadi keunggulan bagi masing-masing kedai kopi. Hal ini juga tentunya menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan kedai kopi tidak hanya terjadi di kota besar saja. Banyaknya kedai kopi yang dibuka di Bandar Lampung juga menandakan bahwa masyarakat wilayah Bandar Lampung mulai menggemari meminum kopi. Melalui adanya peningkatan ini, maka tentunya persaingan antar kedai kopi di Bandar Lampung tentunya akan semakin banyak lagi.

Untuk menentukan cara agar Kedai Kopi Ketje Sukarame dapat terus bersaing, maka diperlukan untuk mencari tahu apa saja faktor yang diminati konsumen ketika mengunjungi suatu kedai kopi. Penentuan ini dilakukan agar kedepannya Kedai Kopi Ketje Sukarame dapat terus bersaing dengan kedai kopi yang lainnya. Penentuan faktor ini dilakukan melalui berbagai tahap mulai dari studi pendahuluan sampai dengan pembuatan model penelitian.

Penentuan faktor yang mempengaruhi minat beli ditentukan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Penentuan faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di kedai kopi Bandar Lampung dapat disimpulkan dengan menggunakan evaluasi model struktural atau *inner model*. Didapat bahwa kualitas produk dan suasana menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat beli kedai kopi di Bandar Lampung. Usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh Kedai Kopi Ketje Sukarame untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah dengan merubah warna dinding, merubah tata letak *interior*, menambahkan ventilasi, menambah pengharum ruangan, dan berinteraksi dengan konsumen untuk mengetahui selera konsumen terhadap minuman di Kedai Kopi Ketje Sukarame.

**Kata Kunci** : Minat beli, Kedai Kopi, PLS-SEM, Bandar Lampung

## **ABSTRACT**

*Nowadays, Indonesian people are starting to like drinking coffee. There are so many coffee shops that have recently sprung up. This emerging coffee shop offers a variety of interesting things. Like a good place for photos, to have a good connection is an advantage for each coffee shop. This also certainly shows that the level of coffee consumption in Indonesia continues to increase every year. The increase in coffee shops is not only happening in big cities. The number of coffee shops that have opened in Bandar Lampung also indicates that the people of the Bandar Lampung area are starting to enjoy drinking coffee. Through this increase, of course there will be more competition between coffee shops in Bandar Lampung.*

*To determine how the Ketje Sukarame Coffee Shop can continue to compete, it is necessary to find out what factors consumers are interested in when visiting a coffee shop. This determination is made so that in the future Ketje Sukarame Coffee Shop can continue to compete with other coffee shops. Determination of these factors is carried out through various stages starting from preliminary studies to making research models.*

*Determination of factors that influence buying interest is determined using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Determination of factors that influence consumer buying interest in Bandar Lampung coffee shops can be concluded by using the evaluation of the structural model or the inner model. It was found that product quality and atmosphere were factors that influenced buying interest in coffee shops in Bandar Lampung. The proposed improvements that can be made by Ketje Sukarame Coffee Shop to increase consumer buying interest are by changing the color of the walls, changing the interior layout, adding ventilation, adding air freshener, and interacting with consumers to find out consumer tastes for drinks at Ketje Sukarame Coffee Shop.*

**Keywords:** *Intention to Buy, Coffee Shop, PLS-SEM, Bandar Lampung*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kesempatan yang diberikan sehingga Laporan Akhir ini dapat saya selesaikan. Skripsi ini berjudul “Usulan Perbaikan di Kedai Kopi Ketje Sukarame Berdasarkan Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen” ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi. Dibalik pembuatan skripsi ini, terdapat pihak-pihak yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Pihak-pihak yang membantu proses pembuatan skripsi ini sebagai berikut.

1. Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta masukkan dalam menyusun skripsi ini kepada penulis.
2. Dosen penguji sidang proposal yaitu bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan bapak Fran Setiawan, S.T., M.Sc. yang sudah memberikan masukkan mengenai penelitian ini.
3. Dosen pengajar kualitas jasa yang sudah memberikan ilmu untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada penulis selama skripsi ini dibuat.
5. Teman-teman di program studi Teknik Industri yang sudah menyemangati dan memberikan dukungan serta masukkan selama pembuatan skripsi.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan kerja praktik ini. Oleh karena itu, kritik maupun saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga laporan kerja praktik ini dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membaca.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	7
I.4 Tujuan Penelitian .....	8
I.5 Manfaat Penelitian .....	8
I.6 Metodologi Penelitian .....	8
I.7 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>1</b>
II.1 Kualitas Jasa .....	1
II.2 Minat Beli Konsumen .....	2
II.3 Metode <i>Sampling</i> .....	2
II.3.1 <i>Probability Sampling</i> .....	3
II.3.2 <i>Non-Probability Sampling</i> .....	4
II.4 <i>Structural Equation Modeling</i> .....	5
II.4.1 PLS-SEM .....	6
II.4.2 Evaluasi Model PLS-SEM .....	6
II.4.3 Jumlah Sampel .....	8
II.5 Model Penelitian .....	9
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>1</b>
III.1 Model Penelitian .....	1
III.2 Operasionalisasi Variabel .....	4
III.3 Pengumpulan Data .....	7
III.3.1 Penyusunan Kuesioner .....	7
III.3.2 Uji Pendahuluan Kuesioner .....	8
III.3.3 Penyebaran Kuesioner .....	9



III.3.4 Hasil Kuesioner .....	10
III.4 Pengolahan Data .....	10
III.4.1 Profil Responden.....	11
III.5 Pengujian Model Penelitian .....	12
III.5.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	14
III.5.2 Evaluasi Model Struktural.....	18
III.6 Faktor Penentu Minat Beli Pada Kedai Kopi Ketje Sukarame.....	20
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>	<b>1</b>
IV.1 Analisis Penentu Minat Beli .....	1
IV.2 Prioritas Usulan Untuk Meningkatkan Minat Beli Minat Beli .....	3
IV.3 Usulan Perbaikan Untuk Meningkatkan Minat Beli .....	4
IV.3.1 Usulan Perbaikan Untuk Suasana .....	4
IV.3.2 Usulan Perbaikan Untuk Kualitas Minuman.....	7
IV.4 Evaluasi Usulan Perbaikan .....	9
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>1</b>
V.1 Kesimpulan .....	1
V.2 Saran .....	1
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>1</b>
<b>LAMPIRAN A .....</b>	<b>1</b>
<b>LAMPIRAN B .....</b>	<b>1</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Faktor Yang Dipertimbangkan Responden Untuk Mengunjungi Kedai Kopi .....	I-6
Tabel II.1 <i>Rule of Thumbs</i> Evaluasi Model Pengukuran.....	II-7
Tabel III.1 Definisi Variabel dan Butir Pengukuran .....	III-4
Tabel III.2 Hasil Uji Pendahuluan Kuesioner .....	III-9
Tabel III.3 Profil Responden .....	III-11
Tabel III.4 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	III-14
Tabel III.5 Nilai <i>Outer Loading</i> Awal.....	III-14
Tabel III.6 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Penghapusan Indikator .....	III-16
Tabel III.7 Pengukuran Nilai AVE.....	III-16
Tabel III.8 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	III-17
Tabel III.9 Perhitungan Nilai HTMT .....	III-18
Tabel III.10 Perhitungan Nilai VIF .....	III-19
Tabel III.11 Nilai <i>Significance Level</i> dan <i>Path Coefficient</i> .....	III-19
Tabel III.12 Nilai <i>R Square</i> .....	III-20
Tabel III.13 Rata-Rata Faktor Penentu Minat Beli Pada Kedai Kopi Ketje Sukarame .....	III-21
Tabel IV.1 Prioritas Usulan Peningkatan Minat Beli .....	IV-3
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Untuk Suasana .....	IV-4
Tabel IV.3 Contoh Tabel Perawatan AC .....	IV-7
Tabel IV.4 Usulan Perbaikan Untuk Kualitas Minuman .....	IV-7
Tabel IV.5 Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-9

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pertumbuhan Konsumsi Kopi Nasional .....	I-2
Gambar I.2 Data Pendapatan <i>Offline</i> Kedai Kopi Ketje Sukarame .....	I-3
Gambar I.3 Persentase Responden yang Mengetahui Kedai Kopi Ketje Sukarame .....	I-5
Gambar I.4 Persentase Responden yang Pernah Membeli Kopi Di Kedai Kopi Ketje Sukarame .....	I-5
Gambar I.5 Persentase Responden yang Berminat Untuk Membeli Kopi Secara Langsung di Kedai Kopi Ketje Sukarame.....	I-6
Gambar I.6 Diagram Alir Metodologi Penelitian.....	I-11
Gambar II.1 Model Penelitian Menurut Ryu dan Han (2009) .....	II-9
Gambar II.2 Model Penelitian Menurut Faradiba dan Sri (2015) .....	II-10
Gambar II.3 Model Penelitian Menurut Bhima (2015).....	II-10
Gambar III.1 Model Penelitian.....	III-3
Gambar III.2 Model Penelitian Melalui Aplikasi SmartPLS .....	III-13
Gambar IV.1 Tampak Dalam Kedai Kopi Ketje Sukarame .....	IV-5
Gambar IV.2 Ilustrasi Meja Menempel Pada Dinding.....	IV-6
Gambar IV.3 Usulan Meminta Saran Melalui Konsumen .....	IV-8

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER UJI PENDAHULUAN .....	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP KEDAI KOPI.....	B-1

# **BAB I**

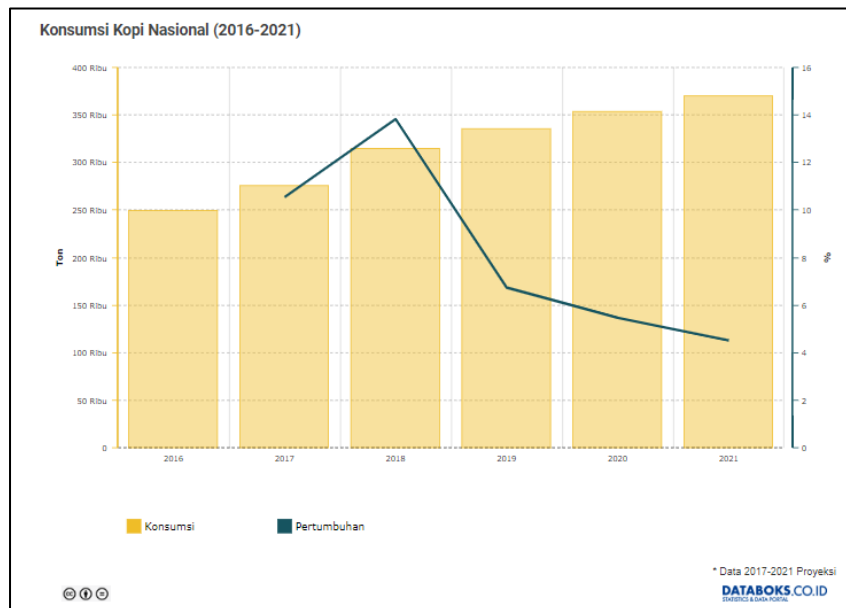
## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai hal-hal yang dilakukan sebelum dilakukannya penelitian. Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab seperti latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut ini merupakan pemaparan sub-bab dari Bab I.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Masa sekarang ini, masyarakat Indonesia mulai menggemari meminum kopi. Banyak sekali kedai-kedai kopi yang belakangan ini sering bermunculan. Menurut riset dari TOFFIN yang merupakan perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di Industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe), mencatat bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai 2.950 gerai kedai kopi dan jumlah ini meningkat sebanyak 1.950 gerai dari tahun 2016 (Sugianto, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Melalui adanya peningkatan ini, maka tentunya persaingan antar kedai kopi akan semakin banyak lagi.

Menurut liputan6.com, jumlah konsumsi kopi di Indonesia, merupakan yang tertinggi kelima yaitu sebesar 2,9% (Ramadhani, 2020). Dengan adanya konsumen yang sangat banyak, tentunya para pemilik kedai kopi akan berupaya untuk menghasilkan yang terbaik agar dapat terus bersaing dan bertahan lama. Meskipun jumlah kedai kopi dan jumlah konsumsi kopi terus meningkat, tetapi *trend* pertumbuhan justru sebaliknya. Grafik peningkatan konsumsi kopi dan turunnya pertumbuhan dapat dilihat melalui gambar berikut ini.



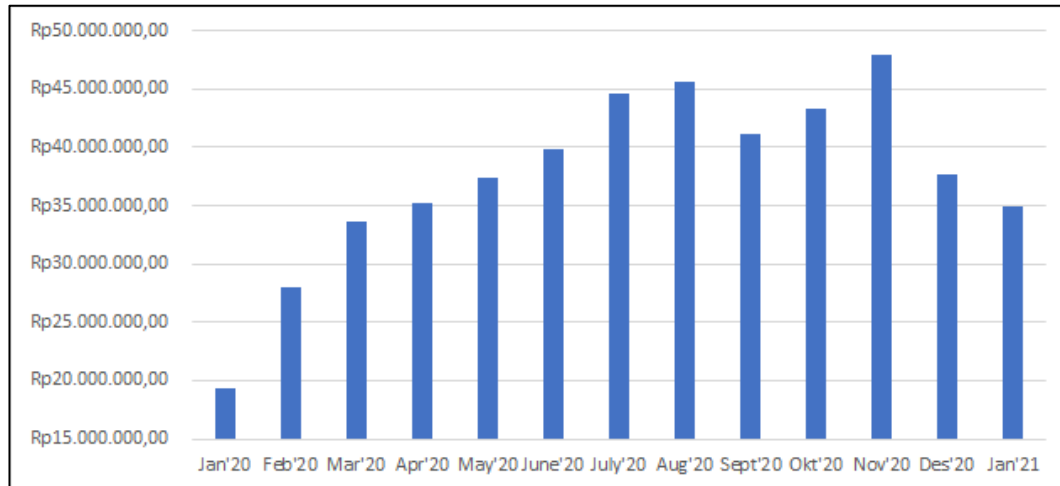
Gambar I.1 Pertumbuhan Konsumsi Kopi Nasional

(Sumber: <https://dataekonomindo.wordpress.com/2018/10/16/data-konsumsi-kopi-di-tahun-2018/>)

Kopi Ketje Sukarame merupakan salah satu kedai kopi yang didirikan melalui membeli *franchise* dari Kopi Ketje. *Brand* Kopi Ketje cukup dikenal di kalangan masyarakat khususnya daerah Lampung. Kopi Ketje Sukarame berdisi sejak tahun 2020. Kedai kopi ketje memiliki dua ruangan yaitu ruangan *indoor* maupun *outdoor*. Kopi Ketje Sukarame berfokus pada penjualan minuman terutama kopi susunya sehingga tidak ada penjualan makanan di kedai ini. Minuman yang dijual oleh Kopi Ketje Sukarame yaitu berbagai jenis kopi, teh, dan minuman bersoda. Sehingga, untuk pelanggan yang tidak menyukai kopi dapat memesan minuman lain. Harga yang ditawarkan berkisar antara 18.000 hingga 27.000 rupiah.

Sekarang ini, Kopi Ketje Sukarame memiliki kendala terkait tingkat penjualannya. Awal kedai kopi ini dibuka, tingkat penjualan sangat menjanjikan dan terus meningkat sampai pertengahan tahun. Adanya pandemi Covid-19 saat ini, menurut pemilik tidak mempengaruhi apapun. Pada bulan September, terjadi penurunan pendapatan tetapi kembali meningkat di bulan setelahnya. Penurunan yang cukup signifikan terjadi pada saat akhir tahun yaitu di bulan Desember. Dapat dilihat pada Gambar I.2, puncak pendapatan terjadi pada bulan November. Kemudian terjadi penurunan penjualan yang cukup besar di bulan

Desember. Untuk lebih jelasnya, pendapatan Kopi Ketje cabang Sukarame dapat dilihat dari grafik dibawah ini.



Gambar I.2 Data Pendapatan *Offline* Kedai Kopi Ketje Sukarame Tahun 2020-Jan'21

Melalui deskripsi yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa Kopi Ketje cabang Sukarame mengalami penurunan pendapatan. Hal ini tentunya akan berdampak negatif bagi bisnis kedai Kopi Ketje cabang Sukarame. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian di Kopi Ketje cabang Sukarame sehingga dapat diberikan perbaikan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Hal ini dilakukan agar kedai Kopi Ketje cabang Sukarame dapat terus bersaing dan bertahan di kota Bandar Lampung.

## I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk dapat mengetahui hal-hal yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan tingkat penjualan di kedai Kopi Ketje cabang Sukarame ini, maka langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan wawancara dengan pemilik Kedai Kopi Ketje Sukarame. Wawancara dilakukan melalui daring dikarenakan adanya pandemi Covid-19 ini. Pemilik beranggapan terjadinya penurunan penjualan di bulan Desember dikarenakan banyaknya kafe yang dibuka di sekitar lokasi Kopi Ketje cabang Sukarame ini. Pemilik juga mengatakan bahwa harga kopi yang dijual oleh kedai kopi lain lebih murah dibandingkan dengan kopi yang dijual di Kopi Ketje ini. Hal ini juga diperkuat dengan melihat harga kopi yang dijual secara langsung dan memang terdapat perbedaan harga dengan harga kopi yang dijual oleh Kedai Kopi Ketje Sukarame. Meskipun penurunan hanya

terjadi di bulan Desember saja, tetapi menurut pemilik itu cukup berpengaruh dan pemilik merasa tidak puas dengan pendapatan sekarang ini. Hal ini dinilai berdasarkan pendapatan yang belum menyamai seperti di bulan Agustus maupun November.

Pemilik sudah melakukan beberapa upaya untuk dapat meningkatkan kembali penjualannya seperti pemilik seringkali memberikan diskon tambahan yang diluar kebijakan dari pusat. Pemilik sudah memberikan *live music* sebelum adanya pandemi Covid-19 ini. Pemilik merasa jika tingkat penjualan tidak bertambah, maka pengunjung yang datang hanya pelanggan tetap saja. Tidak ada pelanggan baru yang datang ke kedai kopi. Pemilik mengkhawatirkan bahwa daya saing kedai Kopi Ketje cabang Sukarame ini akan menurun. Untuk mengetahui langkah perbaikan yang harus dilakukan, maka perlu diketahui terlebih dahulu hal-hal yang mengakibatkan menurunnya penjualan di kedai Kopi Ketje Sukarame ini.

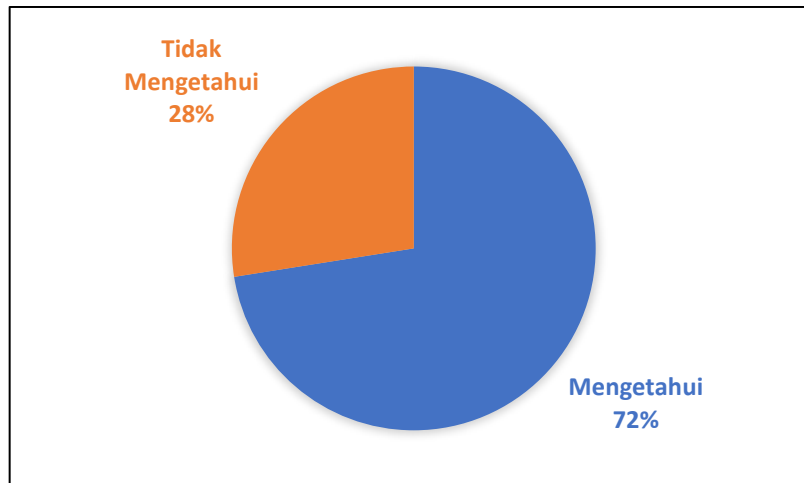
Setiap orang tentunya memiliki referensi yang berbeda-beda dalam memilih suatu kedai kopi. Sehingga, dilakukan penelitian pendahuluan dengan cara melakukan survei kepada masyarakat yang tinggal di Bandar Lampung. Untuk usia, dibagi menjadi dua kategori yaitu 17-20 tahun dan 21-25 tahun. Alasan usia 17-20 tahun dan usia 21-25 tahun yang terpilih karena rata-rata pengunjung kedai Kopi Ketje merupakan anak sekolah dan mahasiswa sehingga penelitian dapat lebih terfokus dan target konsumen juga lebih jelas lagi.

Survei dilakukan untuk mengetahui jumlah orang yang sudah mengetahui kedai Kopi Ketje cabang Sukarame. Survei ini juga dilakukan untuk mencari tahu banyaknya responden yang mengetahui kedai Kopi Ketje Sukarame tetapi tidak pernah membeli di kedai kopi tersebut. Survei ini juga dilakukan untuk mengetahui minat beli warga kota Bandar Lampung untuk membeli kopi di Kopi Ketje cabang Sukarame secara langsung. Untuk meningkatkan penjualan, maka juga harus diketahui referensi responden dalam memilih kedai kopi. Setelah mengetahui referensi dalam memilih, maka dilakukan juga survei untuk referensi yang membuat responden tertarik untuk membeli kopi.

Survei disebar kepada beberapa kalangan, mulai dari siswa SMP, SMA sampai mahasiswa. Hal ini bertujuan untuk mengetahui referensi dari berbagai kalangan usia dan agar lebih merata lagi. Untuk hasil survei pengunjung yang



mengetahui kedai Kopi Ketje cabang Sukarame terdapat sebanyak 29 orang mengetahui kedai Kopi Ketje cabang Sukarame dan sebanyak 11 orang yang tidak mengetahui kedai Kopi Ketje cabang Sukarame. Berikut ini merupakan diagram persentasenya.



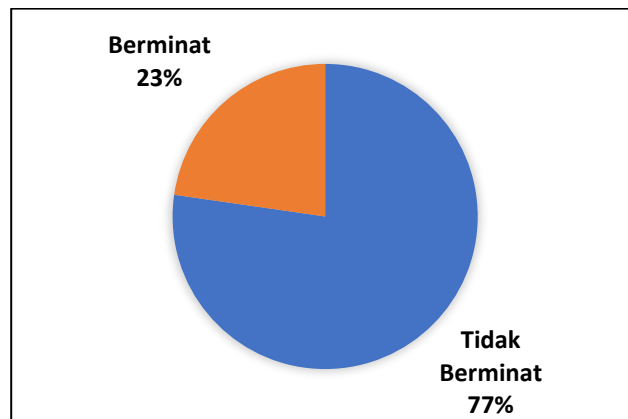
Gambar I.3 Persentase Responden yang Mengetahui Kedai Kopi Ketje Cabang Sukarame.

Kemudian, dari 29 responden yang menjawab “Ya” maka, di dalam kuesioner ditanyakan kembali “Apakah anda pernah membeli kopi secara langsung di Kopi Ketje cabang Sukarame?”. Terdapat sebanyak 22 orang yang menjawab belum pernah membeli kopi secara langsung di Kopi Ketje cabang Sukarame dan tujuh orang menjawab sudah pernah membeli kopi secara langsung di Kopi Ketje cabang Sukarame. Untuk hasil dari jawaban responden, dapat dilihat di gambar berikut ini.



Gambar I.4 Persentase Responden yang Pernah Membeli Kopi Di Kedai Kopi Ketje Secara Langsung.

Kemudian, dari 22 responden yang menjawab “Tidak Pernah” maka, di dalam kuesioner ditanyakan kembali “Apakah dalam waktu dekat anda berminat untuk membeli kopi secara langsung di Kopi Ketje cabang Sukarame?”. Terdapat sebanyak 17 orang yang menjawab “Tidak” dan lima orang menjawab “Ya”. Untuk hasil dari jawaban responden, dapat dilihat di gambar berikut ini.



Gambar I.5 Persentase Responden yang Berminat Untuk Membeli Kopi Secara Langsung Di Kopi Ketje Cabang Sukarame.

Selanjutnya, untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi seseorang dalam membeli kopi, maka ditanyakan di dalam kuesioner dan dilakukan wawancara secara langsung terhadap 20 orang, sehingga terdapat sebanyak 60 orang dari hasil wawancara dan kuesioner. Berikut ini merupakan tabel rekap untuk faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengunjungi kedai kopi.

Tabel I.1 Faktor yang Dipertimbangkan Responden untuk Mengunjungi Kedai Kopi

Nomor	Kategori	Frekuensi
1	Rasa	20
2	Pelayanan	18
3	Harga	10
4	Suasana	6
5	Lokasi	4
6	Ulasan	2

Melalui Tabel I.1, maka terlihat untuk referensi dalam membeli kopi, sebanyak 20 orang menyatakan bahwa rasa merupakan faktor penting dalam membeli kopi. Melalui survei yang disebarkan, dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor utama yang dipertimbangkan seseorang dalam menentukan untuk membeli kopi di suatu kedai kopi.

Menurut Ryu dan Han (2009) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas

produk, kualitas layanan, harga, dan suasana. Menurut Bhima (2015), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah promosi, rekomendasi, dan *brand awareness*. Menurut Faradiba dan Sri (2013) , melalui penelitian yang dilakukan untuk mengetahui minat beli seseorang, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengunjungi rumah makan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka terlihat terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Karena terdapat berbagai faktor yang dipengaruhi, sehingga penelitian ini dibuat bukan hanya berdasarkan satu faktor saja. Sehingga, untuk dapat merumuskan upaya perbaikan yang tepat sasaran di Kedai Kopi Ketje Sukarame, perlu dilakukan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Kedai Kopi Ketje sukarame.

Melalui proses identifikasi masalah yang sudah dilakukan, maka dapat disusun rumusan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah pada Kedai Kopi Ketje Sukarame.

1. Apa saja faktor yang dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli kopi di kedai kopi?
2. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada kedai Kopi Ketje cabang Sukarame untuk meningkatkan minat beli konsumen?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Selama melakukan penelitian, tentunya terdapat batasan-batasan yang diperlukan agar penelitian tidak terlalu luas dan tetap berfokus pada permasalahan yang akan diselesaikan. Berikut ini merupakan batasan-batasan masalah untuk penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di daerah Bandar Lampung.
2. Penelitian tidak dilakukan sampai tahap pengujian, hanya dilakukan sampai tahap usulan dan saran.

Selain pembatasan masalah yang sudah disebutkan, maka terdapat juga asumsi yang diperlukan untuk penelitian ini. Asumsi yang digunakan selama penelitian adalah tidak adanya perubahan kualitas rasa selama penelitian dilakukan.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Selama penelitian dilakukan, tentunya terdapat poin-poin yang ingin dicapai. Poin-poin ini akan dimasukkan ke dalam tujuan penelitian. Tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut.

1. Menentukan faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli kopi di kedai kopi.
2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh kedai Kopi Ketje cabang Sukarame untuk meningkatkan minat beli konsumen.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai manfaat dilakukannya penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi pemilik kedai Kopi Ketje Sukarame. Berikut ini merupakan manfaat dari dilakukannya penelitian ini.

1. Pemilik kedai Kopi Ketje cabang Sukarame dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Penelitian ini dapat memberikan referensi bagi penelitian-penelitian serupa.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian ini. Berikut ini merupakan metodologi penelitian selama melakukan penelitian terhadap kedai Kopi Ketje Sukarame.

1. Studi Pendahuluan  
Studi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh objek penelitian. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara wawancara via aplikasi *Whatsapp* dengan pemilik kedai Kopi Ketje cabang Sukarame. Studi pendahuluan juga dilakukan untuk mengumpulkan data historis sebagai data untuk penelitian ini.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah  
Setelah dilakukannya studi pendahuluan, maka selanjutnya adalah menentukan masalah yang harus diselesaikan. Permasalahan dapat ditemukan melalui keluhan dari pemilik, maupun fenomena yang terjadi di objek penelitian. Identifikasi juga bisa dilakukan dengan melakukan survei terlebih dahulu.

3. Batasan dan Asumsi  
Batasan ditentukan agar penelitian dapat lebih terfokus dan terarah. Asumsi juga diperlukan agar penelitian ini tidak terlalu luas, dan informasi yang didapat tidak bias.
4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian  
Tujuan penelitian dilakukan agar dapat mengetahui target-target yang ingin dicapai selama proses penelitian. Sedangkan untuk manfaat penelitian, ditentukan dengan harapan penelitian ini dapat berguna kedepannya.
5. Landasan Teori  
Landasan teori digunakan untuk mencari teori-teori yang diperlukan selama penelitian dilakukan. Teori ini nantinya berguna selama proses memecahkan permasalahan. Studi literatur bisa berasal dari buku, jurnal, koran, dan sebagainya.
6. Pembuatan Model Penelitian  
Model penelitian dibuat untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap penjualan kopi di kedai Kopi Ketje cabang Sukarame. Model penelitian ini nantinya juga akan menentukan variabel yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam membeli kopi di kedai kopi.
7. Pengumpulan Data  
Setelah melakukan studi literatur, maka selanjutnya adalah mengumpulkan data-data yang diperlukan selama proses penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara dan menyebarkan kuesioner.
8. Pengolahan Data  
Pengolahan data dan analisis dilakukan setelah data yang diperlukan sudah selesai dikumpulkan. Proses pengolahan data dapat dilakukan dengan mencari faktor utama yang berpengaruh signifikan terhadap permasalahan yang ada sebelum dibuat kesimpulan.
9. Pengujian Model Penelitian  
Pengujian model penelitian dilakukan setelah dibuatnya model penelitian dan data yang diperlukan sudah cukup untuk menguji model penelitian

yang dibuat sehingga dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Kedai Kopi Ketje Sukarame.

10. Analisis Hasil Pengujian

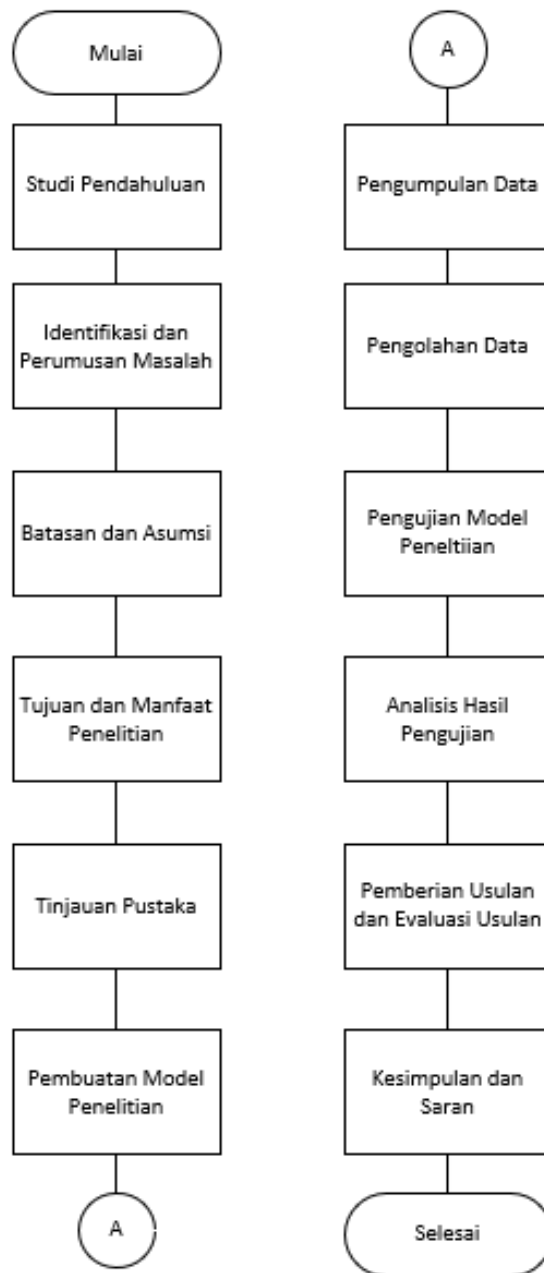
Setelah mendapatkan hasil dari pengujian model penelitian, maka hasil dari pengolahan data dilakukan analisis berdasarkan teori-teori yang sudah didapat.

11. Pemberian Usulan dan Evaluasi Usulan

Setelah mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh melalui pengolahan data dan analisis, selanjutnya diberikan usulan-usulan kepada Kedai Kopi Ketje Sukarame. Usulan yang diberikan kemudian di evaluasi lalu diputuskan untuk diterima atau tidak.

12. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dibuat agar dapat mengetahui target-target yang ditentukan di awal sudah tercapai atau belum. Saran diperlukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dari penelitian saat ini.



Gambar 1.6 Diagram Alir Metodologi Penelitian

### I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat sebagai panduan untuk mempermudah dalam penyusunan terkait dengan penelitian ini. Sistematika penulisan juga dapat menjaga agar penulisan tetap terarah. Sistematika penulisan terbagi menjadi lima bagian utama dan akan dijelaskan sebagai berikut.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi yang dipakai selama penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang dipakai selama penelitian dilakukan. Bagian ini juga akan menjelaskan metode yang dipakai selama penelitian untuk membantu menyelesaikan masalah dan membantu selama proses pengolahan data.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini akan berisi mengenai pengumpulan data yang dilakukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian akan dijelaskan mengenai cara mengolah data yang sudah dikumpulkan untuk kemudian akan dianalisis.

## **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari pengolahan data yang sudah dilakukan dan akan digunakan sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan diberikan mengenai kesimpulan dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini dan juga berisi saran-saran yang bisa dilakukan untuk pihak Kedai Kopi Ketje Sukarame dan untuk penelitian yang serupa.