

Analisis Preferensi Konsumen Pada Pengunjung Eazy Coffee JOMBANG

ABSTRAK

Oleh:
Getsy Azizah Chambali

Dosen Pembimbing :
Wenda Wahyu C.,SE.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih *cafe* di Kabupaten Jombang khususnya di Eazy Coffe. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif eksploratif. Analisis data yang digunakan adalah *conjoint analysis*. Faktor atribut yang membentuk *customer preference* dalam memilih *café* di Eazy Coffe dalam penelitian ini adalah cita rasa kopi, penyajian topping kopi, fasilitas dan *discount*. Dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan *accidental sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Dari data 100 kuisisioner yang disebarakan kepada para pengunjung Eazy Coffe di kabupaten Jombang adalah menjadi data primer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden kombinasi produk dalam memilih Eazy Coffe yang menjadi preferensi konsumen adalah cita rasa kopi aneka rasa, penyajian topping kopi dengan gambar, fasilitas wifi dan lahan parkir, *discount* dari member *card*. Dalam memilih Eazy Coffe urutan atribut terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah yang *pertama* konsumen mementingkan atribut *discount* dengan prosentase 63,70%, *kedua* atribut fasilitas dengan prosentase 19,40%, *ketiga atribut* cita rasa kopi dengan prosentase 11,42% dan yang terakhir adalah atribut penyajian topping kopi dengan prosentase 5,48%.

Kata Kunci : *analisis conjoin, preferensi konsumen, Eazy Coffe*

Analysis of Consumer Preferences on Eazy Coffee Visitors Jombang

ABSTRACT

By:
Getsy Azizah Chambali

Guiding Lecturer :
Wenda Wahyu C.,SE.,MM

This study aims to determine consumer preferences in choosing a cafe in Jombang Regency, especially in Eazy Coffe. The method used in this research is descriptive exploratory method. The data analysis used was conjoint analysis. The main factors that form customer preference in choosing a café at Eazy Coffe in this study are the taste of coffee, the presentation of coffee toppings, the facilities and the discount. In taking samples using non probability sampling techniques and accidental sampling, with a sample size of 100 respondents. From the data of 100 questionnaires distributed to visitors to Eazy Coffe in Jombang district, it is the primary data.

The results of this study indicate that of all respondents the product combination in choosing Eazy Coffe which is the consumer's preference is the taste of various flavors of coffee, presentation of coffee toppings with pictures, wifi facilities and parking space, discount from the member card. In choosing Eazy Coffe, the order of the most important attributes that influence consumer purchasing decisions is the first that consumers prioritize the discount attribute with a percentage of 63.70%, the second attribute the facility with a percentage of 19.40%, the three attributes of coffee taste with a percentage of 11.42% and the last. is the attribute of serving coffee toppings with a percentage of 5.48%.

Keywords: *conjoin analysis, consumer preferences, Eazy Coffe.*