

INTISARI

PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP KUNJUNGAN KE *COFFEE SHOP* DI KOTA JAMBI

Indonesia merupakan negara dengan potensi besar dalam industri kopi, baik dari segi produksi maupun konsumsi. Perkembangan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kopi sebagai bagian dari aktivitas sosial dan hiburan telah mendorong pertumbuhan pesat bisnis Coffee Shop di berbagai daerah, termasuk di Kota Jambi. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh karakteristik konsumen terhadap frekuensi kunjungan ke Coffee Shop, dengan fokus pada lima variabel utama, yaitu usia, tingkat pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan, dan penghasilan.

Latar belakang penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah Coffee Shop di Kota Jambi meningkat signifikan dari tahun ke tahun, yang menandakan adanya peluang sekaligus tantangan dalam mempertahankan loyalitas dan minat beli konsumen. Perilaku konsumen dalam memilih dan mengunjungi Coffee Shop dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari aspek psikologis, sosial, maupun demografis.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan desain cross-sectional. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang merupakan pengunjung empat Coffee Shop populer di Kota Jambi: Hello Sapa, Eleu, Forestthree, dan Sayang Kawan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang dilengkapi dengan uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Selain itu, secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha Coffee Shop dalam menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan karakteristik pelanggan mereka.

Kata Kunci :

Coffee Shop, Karakteristik Konsumen, Perilaku Konsumen.