

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

SKRIPSI



Disusun Oleh:

NAMA : ZULKIPLI EFFENDI

NIM 2000854201003

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
2025**

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

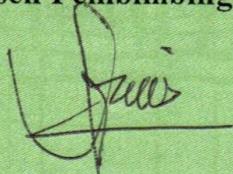
*THE INFLUENCE OF CONSUMER CHARACTERISTICS ON VISITS TO
COFFEE SHOPS IN JAMBI CITY*

NAMA : ZULKIPLI EFFENDI

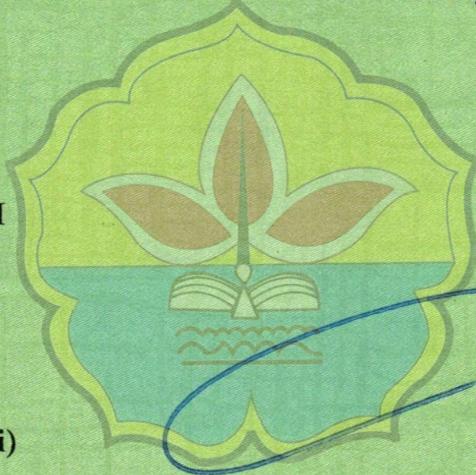
NIM : 2000854201003

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Batanghari-Jambi

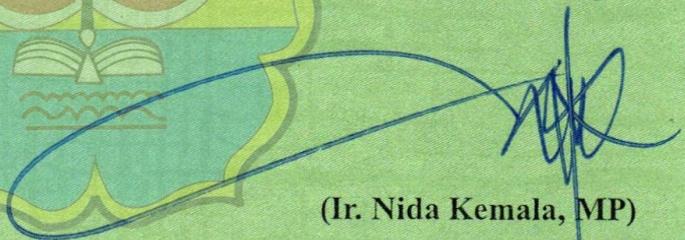
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I



(Dr. Zainuddin, M.Si)

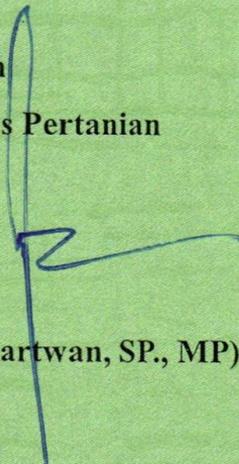


Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing II



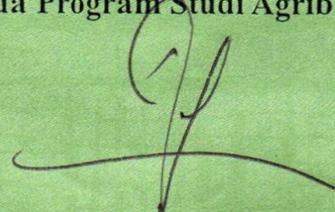
(Ir. Nida Kemala, MP)

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Pertanian



(Dr. H. Rudi Hartwan, SP., MP)

Diketahui Oleh
Ketua Program Studi Agribisnis



(Dr. Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si)

Skripsi Ini Telah Diuji Dan Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi Pada :

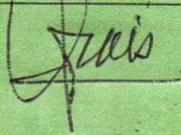
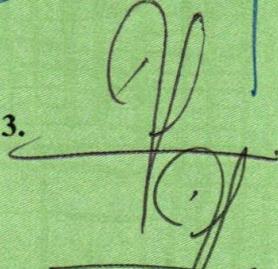
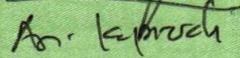
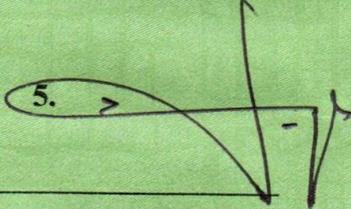
Hari : Senin

Tanggal : 20 Januari 2025

Jam : 08.30 WIB

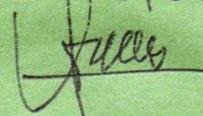
Tempat : Ruang Ujian Skripsi

TIM PENGUJI

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Ir. Zainuddin, M.Si	Ketua	1. 
2	Ir. Nida Kemala, MP	Sekretaris	2. 
3	Dr. Siti Abir Wulandari, S.TP.,M.Si	Anggota	3. 
4	Adilla Adistya, SP.,M.Si	Anggota	4. 
5	Hj. Wiwin Alawiyah, S.Sos.,MM	Anggota	5. 

Jambi, Januari 2025

Ketua Tim penguji



Dr. Ir. Zainuddin, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Nama : Zulkipli Effendi

Nim : 2000854201003

Program Studi : Agribisnis

Dosen Pembimbing : Dr. Zainuddin, M.Si / Ir. Nida Kemala, MP

Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Kunjungan Ke Coffee Shop di Kota Jambi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini saya buat sendiri, bukan hasil buatan orang lain atau bukan hasil plagiat. Apalagi dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jambi, 28 April 2025

Yang membuat pernyataan



Zulkipli Effendi

Nim : 2000854201003

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.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan nikmat serta hidayahnya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Kunjungan Ke *Coffee Shop* Di Kota Jambi”**. Kemudian sholawat beserta salam kita sampaikan kepada nabi besar kita Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam yang telah memberikan pedoman hidup yakni Alquran dan Sunnah untuk keselamatan umat di dunia.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing.

Penulis pun menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sambil tanpa lelah melakukan upaya perbaikan saya juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna untuk menyempurnakan skripsi ini semoga dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Jambi, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1 Kosumen	5
2.1.1.1 Perilaku Konsumen	5
2.1.1.2 Slera Konsumen	5
2.1.1.3 Karakteristik Konsumen.....	6
2.1.2 Kedai Kopi (<i>Coffee Shop</i>).....	14
2.1.3 Kopi	16
2.1.3.1 Jenis-Jenis Kopi	19
2.1.3.2 Olahan Kopi	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu	25
2.1.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.2 Kerangka Pemikiran Operasional	27
2.3 Hipotesis	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2 Metode, Sumber dan Jenis Data	30
3.3 Metode Penarikan Sampel	30
3.4 Metode Analisis Data	31
3.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	31

3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.4.3 Uji Hipotesis	35
3.5 Konsepsi dan Pengukuran Variabel.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Usaha <i>Coffe Shop</i> di Kota Jambi	39
4.2 Identitas Usaha <i>Coffe Shop</i> di Kota Jambi	40
4.2.1 Sejarah Singkat Hello Sapa <i>Coffe Shop</i> Jambi	40
4.2.2 Sejarah Singkat Eleu <i>Coffe Shop</i> Jambi.....	42
4.2.3 Sejarah Singkat Foresthree <i>Coffe Shop</i> Jambi	43
4.2.4 Sejarah Singkat Sayang Kawan <i>Coffe Shop</i> Jambi.....	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden.....	47
5.1.1 Usia Konsumen.....	47
5.1.2 Tingkat Pendidikan Konsumen.....	48
5.1.3 Tempat Tinggal Konsumen	49
5.1.4 Status Pekerjaan Konsumen.....	50
5.1.5 Penghasilan Konsumen.....	52
5.1.6 Faktor Karakteristik Yang Mempengaruhi Kunjungan ke <i>Coffe Shop</i>	53
5.1.7 Hasil Koefisien Determinasi R square.....	54
5.2 Asumsi Klasik	55
5.2.1 Uji Normalitas.....	55
5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	56
5.2.3 Uji Heteroskedasitas	57
5.3 Hasil Uji Statistik Secara Simultan.....	57
5.3.1 Uji t (Parsial).....	58
BAB VI KESIMPULAN	
6.1 Kesimpulan	62
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Koefisien Determinasi Adjusted R Square	56
2. Hasil Uji Multikolinieritas	56
3. Hasil Uji F	57
4. Hasil Uji t.....	58



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Bagan Alur Penelitian.....	29
2. Histogram Distribusi Usia.....	47
3. Histogram Distribusi Tingkat Pendidikan.....	49
4. Histogram Distribusi Berdasarkan Tempat Tinggal	50
5. Histogram Distribusi Berdasarkan Status Pekerjaan.....	51
6. Histogram Distribusi Berdasarkan Penghasilan	52
7. Hasil Uji Normalitas	55
8. Scaterplott	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Data <i>Coffee Shop</i> di Kota Jambi	69
2. Kusioner Penelitian	74
3. Indentitas Responden	75
4. Data Pendukung	77
5. Hasil Pengujian SPSS.....	79
6. F tabel dan t Tabel	81
7. Dokumentasi.....	83
8. Jurnal Penelitian	1



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan kondisi geografis yang ideal bagi pertumbuhan kopi. Perkebunan kopi yang tersebar di penjuru Indonesia membuat hampir setiap daerah di Indonesia mampu menghasilkan jenis varietas kopi unggulan (baik Robusta maupun Arabica) dan juga memiliki ciri khas rasa serta aroma yang berbeda, sebut saja Kopi Aceh Gayo, Kopi Toraja, Kopi Bali Kintamani (Yunita, 2021).

Kopi merupakan minuman yang sudah tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. Kopi disukai oleh berbagai kalangan. Penggemarnya tidak hanya masyarakat Indonesia, tetapi juga berbagai negara di dunia, karena kopi dikenal sebagai minuman yang memiliki efek baik bagi kesehatan masyarakat. Saat ini kedai kopi yang unik dan istimewa bermunculan di pedesaan dan perkotaan Indonesia, sehingga persaingan semakin ketat (Kim, et al,2016).

Kualitas kopi yang baik menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan ini mempengaruhi loyalitas konsumen. Kualitas produk yang tinggi akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga produk yang diproduksi selalu laris dan sesuai dengan keinginan konsumen (Amin et al, 2020).

Era modernisasi hiburan pada saat ini banyak dicari oleh masyarakat baik itu pekerja, pelajar, dan mahasiswa dengan tujuan untuk menghilangkan rasa lelah setelah beraktifitas setiap harinya salah satunya dengan mengunjungi kedai kopi (*Coffee Shop*). Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran untuk gaya hidup (*life style*) yang tumbuh diatas kebutuhan dan menjadi peluang bagi pelaku usaha kedai kopi seperti fungsi kedai kopi yang tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh kaum muda dan mengubah perilaku

masyarakat lebih dinamis (Widya G, et al., 2022).

Bisnis *Coffee Shop* memiliki prospek yang baik untuk masa depan, karena bisa dilihat dari data meningkatnya yang mengonsumsi kopi. Dengan menginovasikan konsep dari *Coffee Shop* agar menjadi unik dan berkesan bagi konsumen, menyajikan pilihan menu yang beragam, lalu menyediakan tempat yang nyaman sehingga para pebisnis mampu bersaing dan mendapatkan kesuksesan dalam bisnis *Coffee Shop* ini (Zhafirah & Ariessa, 2021).

Suasana *Coffee Shop* merupakan pokok bahasan penting dalam manajemen pelayanan karena lingkungan (suasana) yang baik dapat menciptakan kenyamanan dapat membuat konsumen datang kembali. Pentingnya memahami perilaku konsumen karena faktor utama penentu keberhasilan suatu perusahaan yang mengacu pada minat pembelian konsumen. Tingginya persaingan menjadi tantangan bagi pengusaha bagaimana mempertahankan minat beli konsumen yang berkunjung (Abdul, 2016).

Coffee shop di Kota Jambi mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2018 hingga 2020, peningkatannya mencapai 42,8 persen. Pada tahun 2018 jumlah *coffee Shop* sebanyak 49, pada tahun 2019 jumlah *Coffee Shop* sebanyak 84 dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2020 sebanyak 96 *Coffee Shop*. (Komunitas 0741 Kopi Jambi, 2022).

Tidak hanya minat namun juga karakteristik pelanggan juga mempengaruhi terhadap gaya hidup (*life style*) dimana seseorang akan melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti berkunjung (*Coffee Shop*). Studi yang dilakukan oleh Laila (2015) menunjukkan hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dengan minat beli. Dimana perilaku konsumen merupakan variabel

penting untuk mengetahui minat beli konsumen yang mana semakin baik perilaku konsumen maka minat beli akan meningkat. Sangat pesatnya pertumbuhan Kedai Kopi (*Coffee Shop*) di Kota Jambi sehingga merubah perilaku seseorang yang awalnya minum kopi di rumah kini sudah bergeser ke kedai kopi (*Coffee Shop*), Oleh karena itu sangat perlu untuk diketahui karakteristik pelanggan seperti apa sajakah yang menjadi pelanggan *Coffee Shop* di kota jambi sehingga dapat membuat pertumbuhan yang sangat cepat pada *Coffee Shop* di Kota Jambi. Dari penjelasan diatas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Jumlah Kunjungan Ke *Coffee Shop*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Faktor karakteristik apa yang mempengaruhi kunjungan konsumen ke *Coffe Shop* di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut: Untuk mengetahui dan menganalisis faktor karekteristik yang mempengaruhi kunjungan konsumen ke *Coffe Shop* di Kota Jambi?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis temuan dalam penelitian ini diharapkan akan menjadi suatu cerminan bagi pengusaha *Coffee Shop*.

2. Secara Praktis

Secara praktis temuan dalam penelitian ini diharapkan menjadi penambah pengetahuan terhadap pengusaha *Coffee Shop* dan juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan dalam melakukan penelitian sejenis.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Konsumen

Pengertian konsumen secara khusus telah dirumuskan dalam Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal tersebut dinyatakan bahwa, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Konsumen adalah suatu alasan yang mendorong bagaimana konsumen untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai yang dibutuhkan. Indikator Konsumen merupakan sikap dalam membeli atau memberikan kepuasan ataupun resiko yang mungkin akan terjadi (Renaningtyas *et al.*, 2022).

2.1.1.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa. Studi perilaku konsumen bertujuan untuk memahami motivasi dan perilaku konsumen, serta bagaimana lingkungan, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memengaruhi keputusan konsumen. dan Perilaku konsumen saat membeli produk didasarkan pada kualitas produk dan kualitas layanan. Kualitas layanan didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan (Edy H *et al.*, 2023).

2.1.1.2 Selera Konsumen

Selera konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Ida B *et al.*, 2022). Selera konsumen termasuk kegiatan individu

untuk membeli barang atau jasa yang sesuai dengan preferensi dan keinginannya, yang bisa berubah dari waktu ke waktu (Suantara, I, G, P, E, 2015). Selera konsumen yang mengalami perubahan dapat mempengaruhi penjualan karena apabila konsumen berubah kemungkinan konsumen tersebut akan pindah kepada produk lain akibatnya penjualan menurun (Dwi P et all, 2022).

Perilaku konsumen di kedai kopi dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pola pembelian kopi, preferensi, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di kedai kopi antara lain adalah aroma kopi, kualitas produk, harga, pelayanan, dan lingkungan fisik seperti kenyamanan dan perlengkapan kedai kopi. Selain itu, atmosfer dan citra kedai kopi juga memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen, di mana atmosfer yang nyaman dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen (Edy H et all, 2023). Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan juga dapat memengaruhi perilaku konsumen di kedai kopi (Ni Made R P & Dwi P D, 2022).

2.1.1.3 Karakteristik Konsumen

Dikutip dari (KBBI) karakteristik berarti sifat kewajiban, adap atau sikap dalam diri seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain, baik itu tabiat maupun wataknya yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang.” Menurut Lickona (2012) karakter merupakan campuran kompatibel dari seluruh kebaikan yang didefinisikan oleh tradisi religius, cerita sastra, kaum bijaksana, dan kumpulan orang berakal sehat yang ada dalam sejarah. Karakter dapat dimaknai sebagai nilai dasar yang membangun pribadi seseorang, terbentuk baik karena pengaruh hereditas maupun

pengaruh lingkungan, yang membedakan dengan orang lain, serta di wujudkan dalam sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari.

a. Usia

Usia adalah usia individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai dengan berulang tahun. Semakin cukup usia, tingkat kematangan, dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Semakin tua seseorang, maka semakin enggan dia untuk berhenti bekerja. Hal ini terjadi karena ketika seseorang bertambah tua, maka makin sedikit mobilitasnya (Lasut, Lengkong, & Ogi, 2017).

Ada sebuah keyakinan bahwa produktifitas menurun seiring bertambahnya usia. Sering dianggap bahwa keahlian seseorang, kecepatan tertentu, kecerdasan, tenaga, dan koordinasi menyusut dari waktu ke waktu. Hal itu menurunkan produktifitas (Ruryarnesti, 2016).

Umur manusia dapat dibagi menjadi beberapa rentang atau kelompok dimana masing-masing kelompok menggambarkan tahap pertumbuhan manusia tersebut. Salah satu pembagian kelompok umur atau kategori umur dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan RI (2009) sebagai berikut:

1. Masa balita = 0 – 5 tahun,
2. Masa kanak-kanak = 6 – 11 tahun.
3. Masa remaja Awal = 12 – 16 tahun.
4. Masa remaja Akhir = 17 – 25 tahun.
5. Masa dewasa Awal = 26 – 35 tahun.
6. Masa dewasa Akhir = 36 – 45 tahun.
7. Masa Lansia Awal = 46 – 55 tahun.
8. Masa Lansia Akhir = 56 – 65 tahun.
9. Masa Manula = 65 > atas

Menurut Joko H, *et all* (2019) kunjungan ke kedai kopi akan dapat dipengaruhi oleh usia konsumen, karena faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan pengunjungan. Usia dapat berpengaruh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, seperti kebutuhan kopi yang lebih tinggi di usia yang berpengalaman atau keinginan untuk melakukan aktivitas sosial di kedai kopi.

b. Pendidikan

Pendidikan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi. Kunjungan ke kedai kopi dapat menjadi sebuah aktivitas belajar dan menyajikan peluang bagi individu untuk mengenal dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Selain itu, kunjungan ke kedai kopi juga dapat menjadi sebuah tempat belajar melalui interaksi sosial yang terjadi. Misalnya, ketika remaja berada di kedai kopi, mereka dapat berbagi pendapat, berdiskusi, dan membahas tentang berbagai topik yang berhubungan dengan kopi dan kedai kopi (Pramita A D & V. Indah S P, 2019).

Kaitan pendidikan dan kunjungan ke kedai kopi terdiri dari berbagai aspek yang berhubungan dengan pendidikan, konsumsi kopi, dan interaksi sosial. Kedai kopi menjadi arena interaksi sosial yang menyediakan ruang untuk diskusi politik, ekonomi, pendidikan, sosial budaya, dan humor. Mahasiswa juga menggunakan kedai kopi sebagai tempat untuk membuka internet, membaca buku, dan bercerita tentang kehidupan sehari-hari. (Ruhadi & Herlina, 2013). Sedangkan menurut Yuliani (2020) dalam penelitiannya menyatakan keberadaan warung kopi dan kaitannya dengan pemanfaatan perpustakaan oleh masyarakat pada umumnya salah satunya adalah mahasiswa di Banda Aceh juga

menunjukkan bahwa warung kopi menjadi kecendrungan mahasiswa yang ada di Banda Aceh Darussalam. Kedai kopi menjadi tempat berkumpulnya masyarakat umum dan mahasiswa untuk menghabiskan waktu dan minum kopi, belajar, bekerja.

c. Tempat Tinggal

Tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan. Tempat tinggal memiliki peran dinamis yang bukan hanya sebagai tempat bernaung dan berlindung melainkan berhubungan erat dengan manusia sebagai penghuni yang memiliki aturan, perilaku serta keinginan yang terus berkembang sesuai dengan konteks pada masanya (Ester et all. 2023).

Faktor-faktor yang mempengaruhi letak tempat tinggal meliputi: (Ester et all. 2023).

1. Kondisi Jalan Utama: Jarak rumah ke jalan raya dan kemudahan transportasi dapat mempengaruhi kenyamanan dan keamanan lingkungan
2. Kemudahan Transfortasi: Akses ke stasiun, halte, atau fasilitas transportasi lainnya dapat mempengaruhi kenyamanan dan keamanan lingkungan.
3. Fasilitas Umum: Ketersediaan fasilitas umum seperti parkir, layanan angkutan umum, *Coffe Shop* dan lain-lain menjadi pertimbangan dalam memilih tempat tinggal

Tempat tinggal merupakan sesuatu yang harus dipertimbangkan dengan baik, seperti yang dikemukakan diatas salah satu faktor yang mempengaruhi letak tempat tinggal adalah lengkapnya fasilitas umum seperti *Coffe Shop*. Tempat tinggal menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi, hal tersebut dikarenakan tempat tinggal merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kedai kopi yang memiliki

lokasi yang mudah dijangkau dan mudah dijumpai akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi yang mudah dijumpai dan mudah dijangkau akan mempermudah konsumen untuk berkunjung ke kedai kopi (Savitri R, et all, 2021).

d. Status Pekerjaan

Status pekerjaan dan penghasilan adalah dua konsep yang terkait dengan kualitas hidup seseorang. Status pekerjaan berpengaruh pada kualitas hidup seseorang melalui ukuran rata-rata yang umum terjadi tentang pemilikan struktural, seperti pendapatan. Penghasilan, sebaliknya, mengacu pada kemampuan individu untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Penghasilan, sebagaimana dijelaskan diatas, mengacu pada kemampuan individu untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Penghasilan ini dapat berpengaruh pada kualitas hidup seseorang, seperti tingkat kesejahteraan dan kesadaran (Juwinner & Ardian., 2022). Status pekerjaan sangat berkaitan dengan penghasilan salah satunya adalah melengkapi kebutuhan hidup, serta menikmati hidup dengan cara membeli berbagai keinginan seperti datang ke *Coffee Shop* dan menikmati secangkir kopi, dengan menggunakan hasil dari kerja keras yang telah dilakukan oleh seseorang.

Status pekerjaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi, hal tersebut dikarenakan pekerjaan menjadi alasan untuk berkunjung ke kedai kopi karena kedai kopi menjadi tempat alternatif untuk bekerja atau menyelesaikan pekerjaan. Kedai kopi dianggap sebagai "rumah" tempat produktivitas mengalir, dan bekerja di sana dapat menghasilkan ide-ide cemerlang. Jika seseorang bekerja maka akan memiliki keuangan yang

cukup untuk berkunjung ke kedai kopi (Rahmawaddah, et all, 2018). Dan menurut Isbul S, *et all* (2022) Hubungan antara status bekerja dan tidak bekerja dengan kunjungan ke kedai kopi adalah kompleks dan banyak faktor yang berpengaruh. Kedai kopi sering digunakan sebagai tempat untuk melakukan aktivitas seperti berbicara, bermain, dan berkerja. Kedai kopi modern dapat menawarkan fasilitas yang menguntungkan, seperti wifi dan tempat kerja, yang dapat menarik para pekerja dan para tidak bekerja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Teguh S (2017) kedai kopi dapat menjadi tempat untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi, termasuk berkerja. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kedai kopi dapat menjadi ruang publik yang dapat digunakan oleh masyarakat. Kedai kopi dapat menjadi tempat untuk melakukan aktivitas seperti membaca, berbicara, dan berkerja

e. Penghasilan

Pendapatan atau penghasilan seseorang, dalam kamus bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba (Suroto 2000).

Pendapatan atau penghasilan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung (Suroto 2000).

Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi (Sa'adah L & Kismarotul J, 2021).

Seseorang yang memiliki penghasilan yang tinggi maka akan sangat mungkin untuk ke kedai kopi dan membeli kopi di kedai kopi tersebut (Nazla H, et all, 2022). Penghasilan dan kunjungan ke kedai kopi akan menyebabkan berbagai faktor, menurut Suryani C D & Dian N K (2021) akan meningkatkan Kunjungan ke kedai kopi hal tersebut dikarenakan Konsumen kopi memiliki pengalaman individu atau kelompok tentang perubahan gaya hidup yang mengarah kepada pembentukan gaya hidup baru atau modern. Para informan memiliki pengalaman yang sebelumnya kurang menyukai nongkrong atau minum olahan kopi, tetapi karena mengunjungi *coffee shop* sudah banyak dilakukan oleh anak muda lainnya, maka para informan turut mencoba dan mengalami ketertarikan untuk terus nongkrong di *coffee shop*. Sedangkan menurut Reka et all (2021). Akan terjadinya peningkatan transaksi ekonomi: Pertumbuhan jumlah kedai kopi di wilayah kota Polewali menyebabkan terjadinya peningkatan transaksi ekonomi.

Penghasilan berkaitan terhadap Pengeluaran Konsumsi, Penghasilan berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi. Semakin tinggi penghasilan, semakin besar pengeluaran konsumsi. Sebaliknya, semakin rendah penghasilan, semakin kecil pengeluaran konsumsi (Entika I., 2015), berkaitan dengan *Coffe Shop*, apabila penghasilan seseorang maka akan sangat

memungkinkan untuk adanya pengeluaran penghasilan untuk konsumsi seperti dating ke *Coffe Shop*.

Namun terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi seperti loyalitas, persepsi, hal tersebut berdasarkan penelitian oleh Maria V (2022) Loyalitas pelanggan mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi. Penelitian yang dilakukan oleh Maria V di Pontianak menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, suasana toko, kewajaran harga, citra merek, kepuasan pelanggan, dan suasana toko melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi mempengaruhi loyalitas pelanggan. Seorang konsumen yang loyal akan melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing dan penelitian oleh Helza R (2016) Persepsi masyarakat atau pelanggan mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi karena ia mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pelanggan. Persepsi yang positif akan mempengaruhi pelanggan untuk mengunjungi kedai kopi lebih sering dan mengembalikannya. Contohnya, jika pelanggan merasa ramah dan diberikan pelayanan yang prima, maka mereka akan lebih mudah mengunjungi kedai kopi kembali. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak ramah atau pelayanan yang diberikan tidak memuaskan, maka mereka akan lebih tidak mau mengunjungi kedai kopi lagi. Dan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kunjungan ke kedai kopi, namun peneliti hanya berfokus pada variabel Usia, Pendidikan, Tempat tinggal, Status Sosial dan Penghasilan untuk diteliti dalam hal kunjungan ke kedai kopi.

2.1.2 Kedai Kopi (*Coffee Shop*).

Kedai kopi atau pada era ini dikenal dengan sebutan “*Coffee shop*” adalah suatu tempat yang menyajikan olahan kopi dan makanan ringan dimana tempat tersebut dihias dan dikemas sedemikian rupa dapat menarik konsumen. Oleh karenanya sebuah kedai kopi modern (*Coffee shop*) pada umumnya telah mempunyai barista yang berperan penting dalam menyajikan minuman kopi yang berkualitas dan nikmat kepada konsumen. Dengan demikian keberadaan *Coffee shop* dan barista menjadi faktor yang penting untuk menunjang keberlangsungan usahanya (Wachdijono & Assyifa, 2021). *Coffee shop* merupakan salah satu industry makanan massal yang tergolong dalam kategori komersil. *Coffee shop* menjadi daya tarik karena menyajikan berbagai fasilitas tidak sekedar makanan saja (Cita e, et all, 2022).

Kedai kopi yang merupakan ruang publik menjadikan masyarakat bebas berpendapat mengenai berbagai hal yang diperhatikannya, termasuk sosio-politik dalam melakukan kontrol terhadap kekuasaan pemerintah dan negara. Fungsi kedai kopi sebagai ruang publik yang responsif ditandai dengan banyaknya ragam aktivitas yang berlangsung di kedai kopi sesuai dengan kebutuhan pengunjung kedai kopi yang ada. Kedai kopi bisa dijadikan tempat menyantap makanan dan minuman, dapat menjadi tempat berkumpul dengan kerabat dan sahabat, berdiskusi dan bersenda gurau dalam diskusi ringan, berdiskusi serius hingga perdebatan alot, penyelesaian urusan kerja atau bisnis yang tidak bisa diselesaikan di kantor dan beragam aktivitas lainnya (Teguh S, 2017).

Fungsi kedai kopi juga dapat sebagai tempat menemukan ide dan gagasan. Bahkan, bagi para penikmat kopi, kedai kopi adalah sumber informasi dan inspirasi.

Selain untuk minum kopi, kedai kopi juga merupakan tempat bagi masyarakat untuk saling bertukar informasi. Mereka bertukar cerita mulai dari masalah ekonomi, budaya, politik, hingga masalah pribadi. Serta sebagai tempat bersilaturahmi, berdiskusi atau rapat, fungsi sosial ekonomi sebagai tempat lobi bisnis, sedangkan fungsi sosial politik sebagai tempat partisipasi politik dan fungsi sosial budaya sebagai sumber informasi dan tempat hiburan (Ayulestari, M, 2019). *Coffee shop* memiliki beberapa kelebihan yaitu: (Nazla et al., 2022).

- a. Target Pasar yang Luas: Kopi memiliki penggemar dari berbagai rentang usia, sehingga bisnis *coffee shop* memiliki prospek yang bagus dan target pasar yang luas.
- b. Tidak Membutuhkan Tempat Luas: Istilah *coffee shop* mengacu pada area yang tidak harus luas, sehingga bisnis ini dapat dijalankan dengan lahan yang relatif kecil.
- c. Menu Relatif Mudah Dibuat: Teknik pembuatan dan ragam menu kopi dapat dibuat dengan relatif mudah, bahkan dapat dipelajari dalam waktu yang singkat.
- d. Omzet yang Besar: Bisnis *coffee shop* memiliki potensi omzet yang besar, terutama jika dilakukan dengan baik.
- e. Tren Perkembangan Konsumen Stabil: Konsumsi kopi per kapita penduduk Indonesia cenderung stabil, sehingga bisnis ini memiliki peluang yang menjanjikan.

Kekurangan dan kelebihan *coffee shop* dapat dilihat dari beberapa sumber berikut: (Nazla et al., 2022).

- a. Membutuhkan Modal Cukup Besar: Membuka *coffee shop* yang menarik membutuhkan modal yang cukup besar, yang dapat menjadi kendala bagi para pengusaha.
- b. Makanan Tidak Bisa Tahan Lama: Makanan yang disediakan harus segera terjual habis untuk menghindari kerugian, dan penyimpanan bahan makanan yang tidak tahan lama juga perlu diperhatikan.
- c. Improvisasi Tidak Mudah: Improvisasi terhadap keinginan konsumen juga tidak mudah, dan pelayanan serta cita rasa yang buruk dapat memberikan kesan negatif pada *coffee shop*.
- d. Banyak Kompetitor: Bisnis *coffee shop* juga menjadi incaran banyak pebisnis, sehingga harus memperhitungkan keunggulan dan kelemahan para kompetitor.
- e. Kualitas Kopi: Kualitas dan cita rasa kopi menjadi faktor penting yang harus dipertahankan, terutama bagi mereka yang benar-benar penikmat kopi.
- f. Variasi Menu: Variasi menu juga penting untuk menarik perhatian orang lain selain pecinta kopi, dan tidak boleh terbatas hanya pada beberapa pilihan.
- g. Kejelasan Model Bisnis: Konsep dan model bisnis yang belum matang dapat menjadi penyebab gagalnya bisnis *coffee shop*, sehingga harus dipertahankan dengan baik.
- h. Pelayanan dan Manajemen Yang Buruk: Pelayanan dan manajemen yang buruk juga dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan bisnis *coffee shop*.

2.1.3 Kopi

Kopi dapat mengurangi rasa kantuk dan menghilangkan rasa lelah, serta merupakan sumber utama bahan makanan yang mengandung banyak antioksidan.

Kafein dalam kopi dinilai dapat meningkatkan mood, meningkatkan konsentrasi, mengurangi rasa kantuk, serta meningkatkan kemampuan fungsi kognitif. (Damayanti.,et all, 2023).

Kafein pada kopi diketahui memiliki manfaat apabila dikonsumsi oleh manusia dan juga memiliki dampak buruk bagi tubuh jika dikonsumsi pada saat kondisi tubuh tertentu serta dalam kadar jumlah kafein yang cukup tinggi. Konsumsi kafein berguna untuk meningkatkan kewaspadaan, menghilangkan kantuk dan menaikkan mood. Kafein juga membantu kinerja fisik dengan meningkatkan daya tahan tubuh dan meningkatkan kontraksi otot (Muhibatul, 2014). Kekurangan dan kelebihan Kopi yaitu: (Adelina, et al., 2022).

1. Dapat meningkatkan Kemampuan Mengingat: Kafein dalam kopi dapat memperbaiki fungsi memori, meningkatkan kemampuan mengingat, dan mempengaruhi kemampuan kognitif.
2. Dapat mengurangi Risiko Penyakit: Konsumsi kopi dalam jumlah moderat (2-4 cangkir per hari) dapat mengurangi risiko penyakit, seperti kardiovaskular, kanker, dan meningkatkan kesehatan secara keseluruhan.
3. Dapat meningkatkan Kinerja Fisik: Kafein dapat meningkatkan daya tahan tubuh, meningkatkan kontraksi otot, dan menghilangkan kantuk.
4. Dapat meningkatkan Mood: Kafein dapat memperlama konsentrasi dan meningkatkan mood
5. Meningkatkan Tekanan Darah: Konsumsi kopi dalam jumlah besar dapat meningkatkan tekanan darah, terutama jika dikonsumsi di pagi hari.
6. Meningkatkan Risiko Kanker Prostat: Kafein dapat meningkatkan risiko kanker prostat pada pria.

7. Meningkatkan Risiko Osteoporosis: Konsumsi kopi dalam jumlah besar dapat meningkatkan risiko osteoporosis pada perempuan.
8. Meningkatkan Risiko Gangguan Pencernaan: Konsumsi kafein berlebih dapat menyebabkan gangguan pencernaan.
9. Meningkatkan Risiko Kemandulan: Kafein dapat meningkatkan risiko kemandulan pada pria.

Kopi juga dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi penikmatnya yaitu: (Elfariyanti, et al., 2020).

1. Mengurangi Risiko Penyakit Alzheimer dan Parkinson: Konsumsi kopi yang moderat dapat mengurangi risiko terkena penyakit Alzheimer dan Parkinson. Kafein dalam kopi membantu meningkatkan memori jangka pendek dan meredakan sakit kepala.
2. Meningkatkan Kinerja Fisik dan Mencerahkan Suasana Hati: Konsumsi kopi yang moderat dapat meningkatkan kinerja fisik dan mencerahkan suasana hati. Peminum kopi juga memiliki risiko meninggal lebih rendah karena penyakit jantung dan demensia.
3. Menghindari Stres dan Putus Asa: Mengonsumsi kopi dalam jumlah yang tidak berlebihan dapat menghindari stres dan putus asa. Aroma kopi dipercaya memiliki peranan dalam mengurangi stress.
4. Membantu Melawan Depresi: Konsumsi kopi dapat membantu melawan depresi dan meminimalkan risiko bunuh diri hingga 50%. Kafein dalam kopi juga dapat membantu meningkatkan kesehatan secara keseluruhan

5. Sakit Kepala dan Migrain: Penggunaan kafein yang berlebihan dapat menyebabkan sakit kepala dan migrain. Kafein juga dapat menyebabkan depresi dan insomnia jika dikonsumsi dalam jumlah yang berlebihan.
6. Pengaruh pada Tekanan Darah: Pengaruh jenis kopi, jumlah kopi, dan frekuensi minum kopi terhadap peningkatan tekanan darah tidak bermakna secara statistik. Namun, Allah swt menegaskan tidak boleh berlebih-lebihan dalam konsumsi kopi

2.1.3.1 Jenis-Jenis Kopi

Kopi merupakan minuman berwarna hitam gelap dengan aroma khas biasanya diseduh menggunakan air panas dan pada dasarnya memiliki rasa pahit. Minuman kopi banyak digemari hampir seluruh masyarakat dunia. Aroma dan rasa yang khas pada kopi seringkali membuat para penikmat kopi merasa kecanduan. Kopi memiliki rasa yang khas di tiap daerah, hal ini disebabkan oleh perbedaan cara pemrosesan kopi hingga terciptanya kopi yang berkualitas, tidak hanya pengolahannya yang berbeda, namun juga terdapat berbagai macam jenis kopi yang ada didunia ini, berikut penjelasannya:

1. Arabika (*Arabica coffee*)

Tanaman kopi arabika tumbuh rimbun dan membentuk pohon perdu kecil. Memiliki percabangan yang lentur serta berdaun tipis. Daun kopi berwarna hijau mengkilap yang tumbuh berpasangan dengan berlawanan arah. Bentuk daun tanaman kopi lonjong dengan tulang daun yang tegas. Bunga berwarna putih yang beraroma wangi. Bunga tersebut muncul pada ketiak daunnya. Buah kopi tersusun dari kulit buah (epicarp), daging buah (mesocarp) disebut juga pulp, dan kulit tanduk (endocarp). Buah yang terbentuk akan

matang selama 7– 11 bulan. Pada umumnya buah kopi memiliki dua biji kopi. Biji kopi dibungkus kulit keras disebut kulit tanduk (parchment skin). Biji mempunyai alur pada bagian datarnya. Perakaran tanaman kopi arabika lebih dalam daripada kopi robusta. Sehingga kopi arabika lebih tahan kering dibandingkan dengan kopi robusta. Tanaman dapat berakar lebih dalam pada tanah normal, tetapi 90% dari perakaran tanaman kopi berada pada lapisan tanah diatas 30 cm (Muharam & Sriwidodo, 2022).

2. Robusta

Kopi robusta adalah satu jenis tanaman kopi dengan nama ilmiah *Coffea canephora*. Nama robusta diambil dari kata “robust“, istilah dalam bahasa Inggris yang artinya kuat. Sesuai dengan namanya, minuman yang diekstrak dari biji kopi robusta memiliki cita rasa yang kuat dan cenderung lebih pahit dibanding arabika. Kopi robusta berasal dari Afrika tropis dan tumbuh pada ketinggian kurang dari 1.000 mdpl (dataran rendah). Kopi robusta berasal dari hutan hujan tropis dataran rendah di daerah aliran sungai Kongo sampai Danau Victoria, Uganda. Suhu udara rata rata di daerah tersebut berkisar antara 23–26°C dengan curah hujan 2.000 mm yang terdistribusi dalam 9-10 bulan. Kopi robusta dapat tumbuh pada ketinggian 0–800. Di luar daerah asalnya, kopi robusta dapat tumbuh baik pada daerah dengan suhu tahunan rata-rata 22–26°C (Rawanda et all., 2020). Kopi Robusta mempunyai karakteristik rasa yang lebih pahit, sedikit asam dan mengandung kadar kadar kafein lebih tinggi dari pada kopi Arabika (Budi et all, 2020).

3. Liberika

Kopi liberika merupakan kopi jenis Liberoid yang berasal dari Liberia (pantai barat Afrika). Kopi liberika sering disebut sebagai kopi nangka karena memiliki aroma khas yang mirip dengan aroma buah nangka. Penyangraian dan penyeduhan mempengaruhi warna dan citarasa kopi (Nufus et all, 2023). Menyangkut aroma dan rasa kopi liberika ini memiliki cita rasa yang unik dan aroma khas seperti buah Nangka (Haniefan & Basunanda, 2022).

Berikut adalah beberapa karakteristik kopi Liberika: (Dirayati et all 2022).

1. Rasa dan Aroma: Kopi Liberika memiliki rasa yang unik dan kompleks, dengan aroma yang khas dan otentik. Rasanya lebih woody dan 'smoky', dengan rasa pahit yang lebih kental. Aroma yang tajam dan menyengat dapat ditutup dengan menambahkan susu.
2. Bentuk Biji: Biji kopi Liberika lebih besar dan lebih tebal dibandingkan dengan Arabika dan Robusta. Bentuknya tidak rata dan asimetris, dengan kandungan kafein yang lebih rendah daripada Arabika atau Robusta.
3. Kualitas: Kualitas biji kopi Liberika dianggap lebih baik daripada Arabika dan Robusta. Bentuk dan ukuran biji yang lebih besar serta kandungan kafein yang lebih rendah membuatnya memiliki kualitas yang lebih tinggi.
4. Penyebaran: Kopi Liberika pertama kali ditemukan di Liberia pada tahun 1870-an dan kemudian menyebar ke beberapa negara di Afrika, seperti Sierra Leone, Pantai Gading, Ghana, dan Nigeria. Sekarang, beberapa petani kopi di Indonesia juga mulai menanam tanaman kopi Liberika sebagai alternatif jenis kopi baru.

5. Keterbatasan Produksi: Produksi kopi Liberika masih terbatas dan sulit ditemukan di pasaran, sehingga harga kopi Liberika relatif lebih mahal dibandingkan dengan jenis kopi lainnya. Namun, harga kopi Liberika dapat bervariasi tergantung pada kualitas dan jumlah produksi kopi.
6. Kesehatan: Selain memiliki rasa yang lezat dan nutrisi yang tinggi, kopi Liberika juga memiliki beberapa manfaat kesehatan yang baik bagi tubuh, seperti meningkatkan konsentrasi dan memori, menurunkan risiko penyakit Alzheimer, dan mengurangi risiko kanker.
7. Karakteristik Fisikokimia: Penelitian menunjukkan bahwa kopi Liberika memiliki karakteristik fisikokimia yang berbeda, seperti warna ceri kopi masak yang beragam, dan memiliki kapasitas antioksidan yang tinggi.
8. Penyeduhan: Kopi Liberika biasanya diseduh dalam bentuk kopi sangrai, yang memungkinkan peningkatan kualitas cita rasa kopi dengan proses penyeduhan yang tepat.
9. Tumbuh di Atas Ketinggian: Kopi Liberika tumbuh di dataran rendah, yakni hanya pada ketinggian 2 mdpl, dan dapat hidup di atas tanah gambut.

Dengan demikian, kopi Liberika memiliki beberapa keistimewaan yang membuatnya berbeda dengan jenis kopi lainnya, termasuk rasa yang unik, kualitas yang lebih baik, dan manfaat kesehatan yang baik.

4. Kopi Ekselsa

Kopi excelsa merupakan salah satu jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia. Kopi excelsa merupakan tanaman introduksi untuk ditanam di dataran rendah, produksi kopi excelsa rendah dan cita rasanya asam sehingga kurang disukai. Secara morfologi kopi excelsa mempunyai kemiripan sifat

dengan kopi Liberika. Kopi excelsa dapat digunakan sebagai batang bawah karena mempunyai sifat perakaran yang kuat, tahan terhadap nematoda dan lahan gambut.

Kopi excelsa ditemukan pertama kali pada tahun 1905 oleh August Chevailier, seorang botani asal Perancis. Dia menggunakan kopi ini disekitar aliran Sungai Chari tidak jauh dari tidak jauh dari Danau Chad di Afrika Barat.. Sehingga budidayanya juga dilakukan secara terbatas. Kopi excelsa (*Coffea liberica var dewevrei*) secara taksonomi tergolong dalam sub-seksi *Pachycoffea*, satu kelompok dengan kopi Liberika (*Coffea liberica Bull ex Hiern*) dan masuk dalam kelompok Liberoid, namun berbeda kelompok dengan kopi Arabika (*Arabikoid*) maupun kelompok kopi Robusta (Rosadi et all, 2021).

5. Kopi Luwak

Kopi luwak adalah salah satu kopi Indonesia yang memiliki cita rasa yang khas dan unik. Kopi luwak diperoleh melalui hasil fermentasi didalam tubuh luwak dan dikeluarkannya saat luwak melakukan sekresi. Hewan ini hanya akan memakan buah kopi terbaik yang sudah masak optimal. Biji kopi dikeluarkan bersamasama kotoran luwak dalam keadaan masih utuh (Sundari et all, 2020). Dan Kopi luwak dihasilkan dari proses pencernaan biji kopi oleh mikrob yang berlangsung intensif dalam organ intestinum tenue (usus halus) dan caecum (usus buntu) luwak. Proses fermentasi biji kopi secara in vitro menggunakan mikrob probiotik yang diisolasi dari organ pencernaan hewan luwak diharapkan dapat menghasilkan produk kopi dengan citarasa dan aroma khas mirip kopi luwak (Marcella & Dina, 2022).

2.1.3.2 Olahan kopi

Berikut beberapa gagasan produk olahan kopi sebagai sarana pengembangan:

- a. Sabun Kopi Sabun merupakan salah satu produk perawatan diri yang memiliki fungsi sebagai pembersih tubuh yang digunakan sehari-hari yang mana dalam penggunaannya memerlukan air untuk membersihkannya. Secara umum sabun ini berbentuk padatan (batang) namun ada juga yang cair. Dengan segala kandungannya sabun kopi memiliki banyak manfaat untuk kecantikan kulit diantaranya: Mengangkat sel-sel kulit yang sudah mati, Menghilangkan flek-flek hitam, noda, dan bekas jerawat di wajah, Mengatasi iritasi dan peradangan pada kulit, Membantu menghilangkan bau badan, Membuat kulit lebih sehat, cerah, lembab, dan halus, Membantu menghilangkan kantung mata atau mata panda, Mengurangi selulit dan stretch mark dan Melindungi kulit dari UVA dan UVB (Novia & Setia. 2021)
- b. Scrup Kopi Salah satu cara pemanfaatan ampas kopi dalam bidang kecantikan yaitu dibuat Body Scrub. Body scrub merupakan produk kecantikan yang dapat membuat kulit menjadi lebih bersih, mencerahkan, mengangkat sel kulit mati hingga melembutkan kulit. Aktivitas sehari-hari diluar ruangan membuat kulit sering terpapar sinar matahari sehingga membuat kulit gelap dan kusam (Novia & Setia. 2021).

Kopi salah satu minuman favorit yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja, penyajian kopi pun dapat dicampur dengan bahan minuman lainnya

seperti susu, cream, pemanis dengan rasa asli maupun pemanis dengan berbagai varian rasa (Meilinda, 2022).

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Zhafirah & Ariessa (2021) dengan judul Analisis Faktor Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pemilihan *Coffee Shop*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis faktor karakteristik (sosial, pribadi, dan psikologis) mana yang paling besar hubungannya terhadap keputusan pemilihan *Coffee shop*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah causal explanatory dengan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang berdomisili di Kota Bandung dan mengonsumsi kopi di *Coffee shop* dalam waktu 3 bulan terakhir. Alat uji menggunakan Chi Square dan Koefisien Kontingensi. Hasil menunjukkan faktor yang lebih besar hubungannya terhadap keputusan pemilihan *Coffee shop* adalah faktor karakteristik psikologis.

Penelitian yang dilakukan oleh Edy, Analiasari & Bina (2023) dengan judul Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi di *Coffee Shop*, Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple sampling dengan menggunakan metode non-probabilistic sampling yang memungkinkan peneliti untuk memilih siapa yang ditemui. Kriteria konsumen untuk mengumpulkan data adalah konsumen yang telah melakukan kunjungan pembelian minimal dua kali, dimana konsumen sudah mengenal kafe tersebut dan dapat ditentukan telah membeli produk tersebut dengan hasil penelitian Dari lima variabel yakni atmosfir, harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan lingkungan yang diguga mempengaruhi keputusan pembelian

kopi di *Coffee Shop* ternyata hanya variabel harga yang berpengaruh signifikan dengan P-values sebesar 0,013 ($<0,05$).

Penelitian yang dilakukan oleh Tari Fitriani (2022) dengan Judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Opera Kuantan Di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap minat beli pada Kedai Kopi Opera Kuantan. Tipe penelitian ini adalah Assosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel dan metode kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik penarikan sampel menggunakan Insidental sampling berdasarkan pendapat Roscoe dengan total sampel 40 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Kemudian data di analisis menggunakan SPSS V.26 berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner bahwa perilaku konsumen dengan kategori setuju dan Minat Beli konsumen dengan kategori sangat setuju. Untuk hasil uji yang dilakukan bahwa variabel perilaku konsumen mempengaruhi minat beli dengan skala rendah. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

2.1.5 Hubungan Antar Variabel Penelitian

1. Hubungan Antara Usia Terhadap Kunjungan

Usia berpengaruh terhadap kebutuhan dan keinginan, seperti kopi yang lebih tinggi di usia yang berpengalaman atau keinginan untuk melakukan aktivitas sosial dan berkunjung ke *Coffee Shop*.

2. Hubungan Antara Pendidikan Terhadap Kunjungan

Pendidikan berpengaruh dapat dijadikan sebuah aktivitas belajar yang menyajikan peluang bagi individu untuk mengenal dan mengembangkan ilmu pengetahuan dengan berkunjung ke *Coffee Shop*.

3. Hubungan Antara Tempat Tinggal Terhadap Kunjungan

Semakin jauh tempat tinggal (diluar Kota Jambi) semakin sedikit jumlah kunjungan ke *Coffee Shop*, dan semakin dekat tempat tinggal (didalam Kota Jambi) semakin sering kunjungan ke *Coffee Shop*.

4. Hubungan Antara Status Pekerjaan Terhadap Kunjungan

Jika seseorang tidak bekerja maka akan semakin sedikit jumlah kunjungan ke *Coffee Shop* dan jika seseorang bekerja akan semakin sering untuk berkunjung ke *Coffee Shop*.

5. Hubungan Antara Penghasilan Terhadap Kunjungan

Jika seseorang memiliki pengeluaran konsumsi yang tinggi maka akan semakin sering jumlah kunjungan ke *Coffee Shop*, dan jika memiliki pengeluaran konsumsi yang rendah maka akan semakin sedikit untuk berkunjung ke *Coffee Shop*.

2.2 Kerangka Pemikiran Operasional

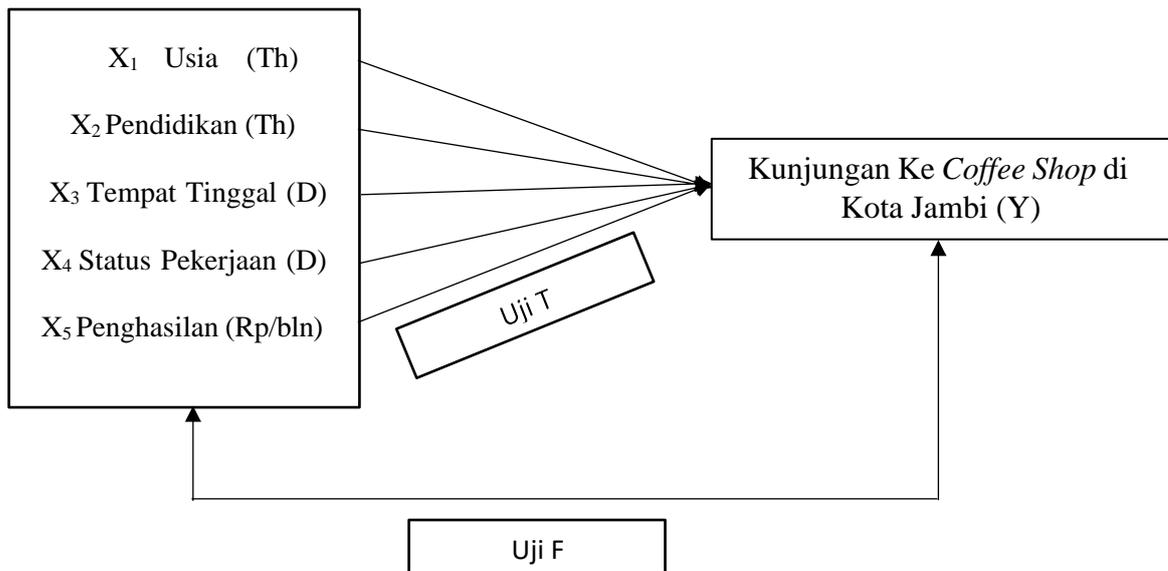
Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono,2019). Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen Usia, Pendidikan, Tempat

Tinggal, Status Sosial dan Penghasilan, berikut adalah penjelasan variabel yang ingin diteliti yaitu:

Usia terkait variabel tersebut diduga bahwa pada usia muda akan sangat memungkinkan untuk sering berkunjung ke kedai kopi dalam hal untuk bermain ataupun bekerja, karena pada usia muda memiliki jiwa dan semangat untuk berkunjung ke kedai kopi, berbeda terbalik dengan usia yang sudah tidak muda yang dapat memberikan rasa malas untuk berkunjung ke kedai kopi.

Variabel pendidikan, pada variabel ini diduga seseorang yang berada atau sedang menjalankan Pendidikan tinggi biasa akan sering mengunjungi kedai kopi untuk berbagai kegiatan seperti membuat tugas, kerja dll. Selanjutnya adalah tempat tinggal diduga semakin dekat tempat tinggal seseorang dengan kedai kopi, maka akan sangat mungkin seseorang untuk sering datang ke kedai kopi, berbeda dengan tempat tinggal yang jauh akan sulit untuk seseorang untuk datang ke kedai kopi.

Variabel status sosial diduga jika seseorang bekerja maka akan memiliki keuangan yang cukup untuk berkunjung ke kedai kopi, dan terakhir adalah Penghasilan diduga jika seseorang memiliki pengeluaran konsumsi yang tinggi maka akan sangat mampu untuk membeli kopi di kedai kopi. Selain variabel independen juga terdapat Variabel dependen yang diteliti adalah Kunjungan ke *Coffee Shop* (Y). Subjek penelitiannya adalah pelanggan *Coffee Shop*.



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang diajukan dan jawaban itu masih diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian ini adalah

1. Diduga usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan dan penghasilan dapat mempengaruhi kunjungan ke *Coffe Shop* secara simultan.
2. Diduga usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan dan penghasilan dapat mempengaruhi kunjungan ke *Coffe Shop* secara parsial.

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada empat *Coffee Shop* di Kota Jambi yaitu Hello Sapa *Coffee Shop*, Eleu Jambi, Forestthree Coffee telanai, dan Sayang Kawan. Alasan memilih ke empat *Coffee Shop* ini berdasarkan tingkat keramaian pengunjung dan lokasi yang strategis dan menjadi trending topik bagi pecinta *Coffee Shop* Kota Jambi. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan selama bulan Juli tahun 2024 dan data yang akan diperoleh adalah, usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan, penghasilan responden dan frekuensi kunjungan ke *Coffee Shop*.

3.2 Metode, Sumber dan Jenis Data

Survey adalah metode yang digunakan dalam penelitian, yang diperoleh terbagi dua berdasarkan sumbernya yaitu data primer, data primer diperoleh melalui hasil angket pada responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan desain rancangan *Cross Sectional* di *Coffee Shop* Jambi. Selain itu, data sekunder yang diperoleh melalui jurnal-jurnal dan penelitian sebelumnya yang berfungsi sebagai kajian teori dari penelitian yang dilakukan. Metode *Cross Sectional* adalah data yang menganalisis data variabel yang dikumpulkan pada satu titik tertentu di seluruh sampel.

3.3 Metode Penarikan Sampel

Sampel di dalam suatu penelitian adalah konsumen yang benar – benar pecinta kopi sehingga di ambil 4 *Coffee Shop* terkemuka di Kota Jambi yaitu Hello Sapa *Coffee Shop*, Eleu Jambi, Forestthree Coffee telanai, dan Sayang Kawan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *metode accidental* sampling yaitu diperolehnya sampel yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Pengambilan

sampel dengan metode ini dipilih karena total dari populasi tidak diketahui. Berhubung sampel nya adalah manusia, maka sesuai pendapat Winarno (2010) yang menyatakan bahwa sampel manusia sebaiknya diatas 30 orang. Sehingga dalam penelitian ini ditetapkan sampel sebanyak 80 orang dari 4 *Coffe Shop* di Kota Jambi.

3.4 Metode Analisis Data

Untuk menggambarkan kosumen yang berkunjung ke *Coffee Shop* di Kota Jambi akan menggunakan analisis deskriptif, Menurut Sugiyono (2019) metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Alat penelitian yang dipergunakan untuk menjawab hipotesis penelitian adalah dengan cara inferensi menggunakan regresi linear berganda yang akan dipergunakan untuk menerangkan permasalahan kedua yaitu ada atau tidaknya pengaruh karakteristik kosumen terhadap kunjungan ke *Coffee Shop* di Kota Jambi pada penelitian ini yang diawali dengan uji asumsi klasik sebagai berikut:

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan agar data yang dihasilkan dapat memberikan hasil yang valid secara ekonometrik perlu dilakukan pengujian beberapa asumsi ekonometrika yang meliputi pendekteksian normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi dari persamaan dalam model regresi (Gujarati,2012:147).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau

tidak (Ghozali, 2012:147). Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi standar normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2012:148). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan dapat dilihat melalui kolom *Collinearity Statistics* pada tabel *Coefficients*. Jika nilai VIF ada di sekitar angka 1 dan nilai *Tolerance* mendekati angka 1, maka tidak terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas terjadi jika nilai *Variance Inflation Factor* melebihi 10.

Nilai Tolerance > 0,10 atau *VIF* < 10: tidak terjadi multikolinearitas

(*Jika Nilai Tolerance* besar dari 0,10 atau Nilai *VIF* kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas)

Nilai Tolerance < 0,10 atau *VIF* > 10: terjadi multikolinearitas

(*Jika Nilai Tolerance* kecil dari 0,10 atau Nilai *VIF* lebih dari 10 maka terjadi Multikolinearitas)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012:148). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dilihat pada grafik Scatterplot. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized. Adapun cara kriteria dalam pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot adalah sebagai berikut:

1. H_0 : tidak ada gejala heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

2. H_a : ada gejala heteroskedasitas apabila ada pola tertentu yang jelas, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit).

3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa besar pengaruhnya maka digunakan persamaan regresi linear berganda, menggunakan rumus seperti yang dikutip dari Sugiyono (2016:275) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3D_3 + b_4D_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Kunjungan (Kali/Bulan)
a	: Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	: Koefisien regresi
X_1	: Usia (Thn)
X_2	: Pendidikan (Thn)
D_3	: Tempat Tinggal, $D=1$ (Tinggal Kota Jambi), $D=0$ (Tinggal di Luar Kota Jambi)
D_4	: Pekerjaan, $D=0$ (Bekerja) $D=1$ (Tidak Bekerja)
X_5	: Penghasilan (Rp/Bulan)
ε	: error terms

Nilai koefisien regresi sangat berarti sebagai dasar analisis. Koefisien regresi bernilai positif (+) maka menunjukkan hubungan yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen, Artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen, begitu pula sebaliknya jika variabel independen mengalami penurunan. Sedangkan nilai koefisien regresi bernilai negatif (-) maka menunjukkan hubungan yang berlawanan, artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan penurunan variabel dependen, demikian pula sebaliknya.

3.4.3 Uji Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Ghozali, 2018).

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menganalisis apakah semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan (Kuncoro, 2018). Rumus yang digunakan adalah:

1. Hipotesis Statistik

$H_0: b_1=b_2=b_3=b_4=b_5$ tidak ada pengaruh signifikan usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan secara simultan.

$H_1: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5$ ada pengaruh signifikan usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan secara simultan.

2. Menentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3. Kriteria keputusan

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima terdapat pengaruh antara usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak tidak terdapat pengaruh antara usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan

$$4. F_{\text{tabel}} = F (db_1, = 5; db_2 = 74, \alpha = 5\%) = 2,34$$

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Hipotesis Statistik:

$H_0: B_i=0$, artinya usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan.

$H_1: B_i \neq 0$, artinya usia pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kunjungan.

Bila t hitung lebih besar dari pada t tabel atau signifikannya kurang dari $\alpha = 5\%$ maka tolak H_0 yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Kuncoro, 2018). Rumus yang digunakan adalah:

1. Menentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

2. Kriteria keputusan

Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima terdapat pengaruh antara usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan.

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak tidak terdapat pengaruh antara usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan terhadap kunjungan.

$$3. t_{\text{tabel}} = t (db, = 79; \alpha = 5\%) = 1,99405$$

3.5 Konsepsi dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Y (Kunjungan Ke *Coffee Shop*).

Kunjungan Ke *Coffee Shop* (Y). Frekuensi kedatangan responden ke café selama satu bulan terakhir yang di ukur dengan:

(Kali/bulan)

Untuk keperluan deskriptif variabel akan dibagi menjadi 3 Kategori yaitu Jarang, Sedang, Sering, ditentukan dengan cara membagi data hasil survey, menjadi 3 kategori, berdasarkan range skor frekuensi kunjungan: (1-6X/bln) sebagai berikut:

Jarang	(JR)	Skor 1-2
Sedang	(SD)	Skor 3-4
Sering	(SR)	Skor 5-6

2. Variabel X (Karakteristik)

b. X₁

Usia adalah umur responden yang terhitung mulai saat dilahirkan sampai dengan saat penelitian (tahun).

b. X₂

Pendidikan adalah lama waktu yang ditempuh untuk mengikuti Pendidikan formal (tahun). Dengan pengukuran menggunakan satuan tahun seperti SD = 6 tahun, SMP = 9 tahun, SMA =12 tahun, D3= 15 tahun, S1=16 tahun, S2=19 tahun.

c. D₃

Tempat tinggal adalah tempat kediaman responden. Dengan pengukuran variable dummy (D=1 Kota jambi, dan D=0 Luar kota jambi).

d. D_4

Status pekerjaan adalah status pekerjaan responden dalam mata pencaharian. Dengan pengukuran $D=1$ Bekerja dan $D=0$ Tidak Bekerja.

e. X_5

Penghasilan didefinisikan sebagai kondisi keuangan seseorang dalam satu bulan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah penghasilan konsumen (Rp/bln).



IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Usaha *Coffe Shop* di Kota Jambi

Kopi memiliki nilai ekonomis cukup tinggi untuk dimanfaatkan di Indonesia kopi dijadikan sebagai minuman, makanan, kosmetik dan sebagainya sehingga dapat dijadikan nilai tambah dari kopi sendiri. Hal ini menyebabkan konsumsi kopi di Indonesia meningkat. Menurut Solikatur et al (2015) peningkatan konsumsi kopi disebabkan salah satunya oleh gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan hidupnya. Peningkatan ini juga membuat jumlah *cofee shop* di Kota Jambi jumlahnya meningkat.

Coffee shop di Kota Jambi mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2019 hingga 2024, peningkatannya mencapai 42,8 persen. Pada tahun 2019 jumlah *cofee shop* sebanyak 49, pada tahun 2020 jumlah *cofeeshop* sebanyak 84 dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2024 sebanyak 96 *cofee shop* menurut data komunitas 0741 Kopi Jambi, 2024.

Meningkatnya konsumsi terhadap kopi di masyarakat membuka peluang untuk mengembangkan usaha yang berbahan baku kopi sebagai minuman. Salah satu usaha yang berbahan baku kopi adalah *Coffee Shop*. Agar suatu *cofee shop* tetap mampu bersaing dengan *cofee shop* lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manager *cofee shop* tersebut harus mampu mengolah kedainya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih ke tempat lain atau *cofee shop* lain. Pemilik *cofee shop* dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Salah satu keunggulan yang dimiliki kopi yaitu mempunyai aroma yang khas sehingga berbeda dengan bahan minuman yang lain. Coffee shop tentu akan menghadapi berbagai tantangan dalam mewujudkan tercapainya tujuan perusahaan yang terangkum dalam visi misi dalam menjalankan usahanya.

4.2 Identitas Usaha *Coffe Shop* di Kota Jambi

4.2.1 Sejarah Singkat Hello Sapa *Coffe Shop* Jambi

Hello Sapa Coffe Jambi merupakan salah satu pelopor berdirinya cafe di Kota Jambi, beralamat di Jl. Letjen Suprpto, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. Usaha ini didirikan oleh Cecep Suryana, usaha ini didirikan sejak tahun 2018. Modal dalam usaha café ini sebesar dengan mengadaikan rumah sebesar Rp. 750.000.000 dan memiliki 15 orang karyawan. Hello Sapa Coffe menyajikan berbagai varian makanan dan minuman yang lezat dengan harga yang bersahabat. Cafe yang cozy akan semakin membuat betah berlama-lama Bersama keluarga, teman maupun pasangan untuk melepas penat setelah seharian bekerja atau kuliah.

Sesuai dengan tagline, “Ngopi Santai Tepi Danau”, Hello Sapa memanjakan mata pengunjung dengan pemandangan Danau Sipin. Tempat ini menyajikan dua pilihan, *indoor* dan *outdoor*. *Outdoor space* terletak di bagian samping dan belakang yang dibuat seperti tangga dan langsung berhadapan dengan Danau Sipin. Konsep minimalis yang diusung Hellosapa sejalan dengan view Danau Sipin yang masih alami dan asri. Selain kopi, Hello sapa juga menyediakan pilihan menu minuman *non-coffee*. Anda juga bisa menikmati berbagai menu makanan tradisional dan modern yang memanjakan lidah.

1. Visi Hello Sapa Coffee Shop Jambi

Menjadikan *Coffee Shop* terkemuka di Indonesia dengan kopi berkualitas asli Indonesia, yang berarti bertujuan untuk menjadi kedai kopi pilihan masyarakat Indonesia yang mengedapankan kualitas kopi asli daerah-daerah di Indonesia sehingga tidak kalah saing dengan kopi negara lain.

2. Misi Hello Sapa Coffee Shop Jambi

Misi kafe yaitu dengan menyediakan produk unggul dan memberikan pelayanan terbaik demi memuaskan keinginan konsumen. Hello Sapa Café Jambi juga sudah memperkirakan usahanya tersebut untuk selalu ada sampai dimasa yang akan datang, sehingga untuk selalu eksis di dunia *coffee shop*.

3. Produk Hello Sapa Coffee Shop Jambi

Seperti kafe pada umumnya, Hellosapa juga menyajikan menu kopi makanan ringan dan minuman kekinian lainnya. Kopi yang tersedia di Hellosapa dari petani di Kerinci, dan komunitas kopi. Menu kopi olahan yang ada di Hellosapa yaitu espresso, cappuccino, vanilla latte, affogato, red velvet, caramel frapucino. Juga ada menu makanan seperti nasi goreng hijau, ayam saus tiram, pisang coklat keju dan lainnya.

Harga juga terbilang bersahabat, mulai dari Rp. 15.000, kafe ini bisa dianggap sebagai *basecamp* federasi panjat tebing Indonesia (FPTI) Jambi. Untuk harga, kafe ini menyediakan menu dengan harga yang bersahabat dikantong mahasiswa maupun pelajar. Selain tempat ini cocok untuk tongkrongan mahasiswa, ternyata setiap minggunya ada kegiatan Ngopi

caleg (ngolah pikiran calon legislatif) yang menyampaikan obrolan seputar politik bersama para caleg.

4.2.2 Sejarah Singkat Eleu *Coffee Shop* Jambi

Eleu *Coffee Shop* Jambi merupakan salah satu *coffee shop* yang berdiri di Kota Jambi, beralamat di Sungai Putri, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124. Usaha ini didirikan oleh Elkana Arlen Riswan, usaha ini didirikan sejak Tahun 2016, sedangkan Eleu Jambi didirikan pada tahun 2021 dan memiliki karyawan sebanyak 5 orang. Eleu Coffe Shop Jambi memiliki konsep klasik yang dapat menjangkau semua kalangan baik dari segi rasa, variasi dan tempat.

1. Visi Eleu *Coffee Shop* Jambi

Menjadikan *Coffee Shop* terkemuka di Indonesia dengan kopi berkualitas asli Indonesia. Eleu *Coffee Shop* bertujuan untuk menjadi kedai kopi pilihan masyarakat Indonesia yang mengedapankan kualitas kopi asli daerah-daerah di Indonesia sehingga tidak kalah saing dengan kopi negara lain.

2. Misi Eleu *Coffee Shop* Jambi

Menyediakan produk unggul dan memberikan pelayanan terbaik demi memuaskan keinginan konsumen. Eleu *Coffee* juga sudah memperkirakan usahanya tersebut untuk selalu ada sampai dimasa yang akan datang, sehingga untuk selalu eksis di dunia *coffee shop*.

3. Produk Eleu *Coffee Shop* Jambi

Eleu *Coffee Shop* Jambi menyediakan berbagai macam tawaran menu mulai dari Indonesia hingga menu bergaya barat. Produk unggulan

yang dijual Eleu *Coffee Shop* Jambi ialah aneka kopi seperti *black coffee*, *Fantasy coffee*, *freeze*. *Fantasy coffee* adalah kopi yang bergaya barat seperti *Cappucino*, *Cafe Latte*, *Caramel Cappucino*, *Café Mocca*, *Hazelnut Latte*, *Coffee Cream Shake*. *Freezee* adalah kopi yang di blend dengan es yang sangat disukai anak muda, seperti *Greentea Coffee frz*, *Choco Coffee frz*, *Mocha Coffee frz*, *Vanila Coffee frz*. *Cookies n Cream frz*, *Pink Frappucino*. Untuk pelanggan yang tidak suka kopi, Eleu *Coffee Shop* Jambi juga menyajikan minuman selain kopi, seperti jus, the, coklat dan soft drink. Untuk makanan ada makanan ringan hingga makanan berat. Makanan ringan ada, snack, pancake. Untuk makanan berat ada nasi goreng, nasi ayam krispi. Menu yang ada di Eleu *Coffe Shop* Jambi bisa dinikmati untuk seluruh kalangan masyarakat sesuai dengan selera masing-masing.

4.2.3 Sejarah Singkat Foresthree *Coffee Shop* Jambi

Foresthree Coffe didirikan pada tahun 2016 di Kota Jambi oleh Haidar Wurjanto dan Rangga Wurjanto, yang beralamat di Jln. Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. Foresthree Coffe telah menjadi tempat favorit bagi mereka yang mencari kombinasi sempurna antara secangkir kopi yang nikmat. Foresthree Coffe tidak hanya menyajikan sajian kopi, namun juga menyediakan beragam camilan dan makanan ringan yang cocok untuk menemani waktu bersantai. Foresthree Coffe hadir membawa konsep yang telah dirancang sepenuh hati, kami menawarkan daya Tarik terbaru yang ditunjukkan bagi seluruh kalangan penikmat kopi, baik casual maupun heavy drinkers.

Makna dibalik nama Foresthree Coffe adalah *Three Of Life*, yaitu pohon megah dengan 3 cabang yang mempresentasikan kopi, teh dan buah. Faktor yang membedakan Foresthree Coffe terletak pada disiplin kualitas yang disajikan dalam bentuk warna-warni kreasi tanpa batas. Semua itu selaras dengan semangat jiwa muda serta pemahaman mutlak terhadap pentingnya proses dalam seduhan sebuah rasa.

1. Visi Foresthree Coffee Shop Jambi

Menjadikan Brand Foresthree sebagai landasan utama dalam belajar dan berkembang sebagai enterpreneur dan interpreneur yang bermanfaat.

2. Misi Foresthree Coffee Shop Jambi

- a. Membantu dan mendukung perekonomian Indonesia di sector Food and Beverage,
- b. Menjadikan media belajar bagi calon enterpreneur dan interpreneur,
- c. Menyediakan kualitas produk yang terbaik dengan meningkatkan kreatifitas dalam memproduksi makanan dan minuman,
- d. Go internasional

3. Produk Foresthree Coffee Shop Jambi

Adapun produk-produk yang dimiliki oleh Foresthree Coffe yaitu untuk varian produk minuman dijual dengan harga mulai dari Rp.15.000, sampai Rp.50.000. Adapun variabilitas produk makananya adalah dan untuk varian makanan dijual dengan harga mulai dari Rp.20.000, sampai Rp.80.000. Foresthree Coffee juga menghadirkan berbagai kreasi minuman yang menggugah selera. Anda dapat mencicipi Hershey's Creme

yang terbuat dari coklat Hershey's dan seasalt cream, memberikan kombinasi rasa manis dan gurih yang luar biasa atau, coba Matcha Creme yang memadukan susu, matcha, dan seasalt cream untuk pengalaman teh hijau yang lebih kaya. Untuk pencinta rasa yang lebih berani, Shanghai Brown Sugar menggabungkan brown sugar, susu, seasalt cream, dan coffee jelly, menciptakan sensasi rasa yang manis dan tekstur yang menarik. Setiap minuman adalah perpaduan yang memanjakan lidah dan menawarkan sesuatu yang baru.

Bagi penggemar kopi susu, Forestree Coffee memiliki menu andalan yang tidak boleh dilewatkan. Kopi susu di sini menggabungkan espresso yang kuat dengan susu segar yang creamy, menciptakan rasa yang halus dan menyenangkan di lidah.

Kami juga menawarkan variasi rasa, seperti vanilla atau caramel, untuk menambah kedalaman pada pengalaman kopi yang dapat dirasakan oleh setiap pengunjung. Setiap tegukan adalah perpaduan yang memanjakan indera, sempurna untuk memulai hari atau bersantai di sore hari.

4.2.4 Sejarah Singkat Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi

Sayang Kawan *Coffee Shop* didirikan pada tahun 2020 oleh Giffary. Awal mula dibangunnya Sayang Kawan *Coffee Shop* ini berawal dari kecintaan dan kegemaran sang pemilik toko terhadap kopi. Dari kegemarannya tersebut Giffary mulai merintis bisnis kecil-kecilan yaitu dengan menjual kopi dalam bentuk botol biasa. Sayang Kawan *Coffee Shop* yang beralamat di The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi.

Sayang Kawan *Coffee Shop* memiliki konsep yang lebih mengutamakan ruangan indoor yang dapat digunakan untuk WFC (*Work From Cafe*). Sayang Kawan *Coffee Shop* di design minimalis dan. Adapun pada bagian *smoking area* terdapat 2 ruangan, yaitu di *indoor* dan *outdoor*

1. Visi Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi

Menjadi kedai kopi yang mengutamakan cita rasa Indonesia untuk meningkatkan nilai produk dalam negeri lebih tinggi dan memiliki daya saing pasar tinggi.

2. Misi Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi

- a. Memberikan pelayanan berorientasi pada kepuasan pelanggan
- b. Memberikan biji kopi terbaik dari petani langsung
- c. Menciptakan suasana belajar dan open bar untuk membagikan ilmu tentang kopi
- d. Menyajikan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau

3. Produk Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi

Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi menjual produk minuman olahan kopi dan juga olahan non-kopi. Untuk minuman olahan kopi sendiri yang dijual seperti *Americano*, *Caffe Latte*, *Cappucino*, *Espresso*, *Flat White*, *Ice Black Lemon*, *Kopi Adara*, *Long Black*, *Mocha*, *Piccolo*, *Manual Brew*, *Caramel Macchiato*, *Caramel Latte*, *Hazelnut Latte* dan *Vanilla Latte*. Sedangkan untuk varian non-kopi terdiri dari *Babyccino*, *Charcoal Latte*, *Dark Chocolate Latte*, *Green Tea Latte*, *Red Velvet Latte*, *Taro Latte*, dan *Tiramisu Latte*. Selain minuman, *coffee shop* Sayang Kawan *Coffee Shop* Jambi juga menawarkan produk makanan seperti kentang goreng dan lainnya.

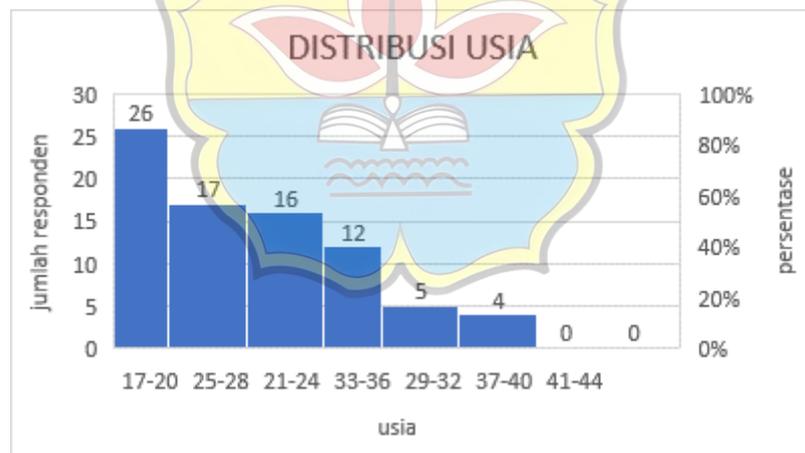
V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen *Coffe Shop* yang bersedia menjawab kuisioner yang diberikan. Pengumpulan data dari 80 responden berdasarkan karakteristik, usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan, penghasilan dan jumlah kunjungan ke *Coffe Shop*.

5.1.1 Usia Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di daerah tempat penelitian usia konsumen secara umum bervariasi yaitu berkisar umur 17 tahun sampai dengan 40 tahun (Lampiran 3). Berikut Data distribusi frekuensi usia konsumen *Coffe Shop* ditunjukkan pada gambar berikut ini.



Gambar 2
Histogram Distribusi Usia

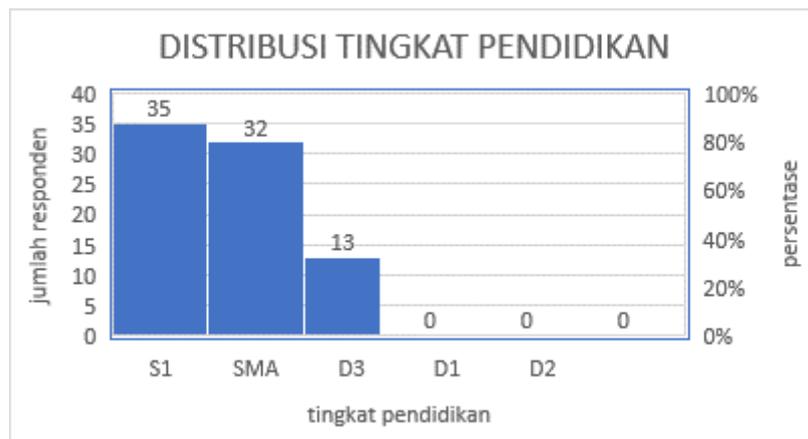
Distribusi usia responden adalah penyajian data berdasarkan usia responden dalam sebuah penelitian. Data ini dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, seperti tingkat kematangan pikiran, semangat, dan ambisi. Berdasarkan kelompok usia pada gambar 2, konsumen *coffee shop* di keempat *coffee shop* yang menjadi sampel penelitian, yaitu pengunjung *coffee shop* didominasi

oleh kelompok usia 17 – 20 tahun dan disusul oleh kelompok usia 21 – 24 tahun. Dua kelompok umur di atas selaras dengan umur mayoritas anak muda. Sedangkan pada kelompok umur lainnya umur 25-28, kelompok umur 29-32, kelompok umur 33-36 dan kelompok umur 37-40 menjadi kelompok umur yang terkecil dari seluruh total responden.

Kelompok umur tersebut merupakan kelompok umur dewasa yang cenderung berpikir rasional, dimana konsumen dalam berkunjung dan membeli kopi di *Coffe Shop* sudah memiliki pertimbangan tertentu dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan selera konsumen. Konsumen yang berbeda usia akan membeli produk atau jasa yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap jenis produk. Menurut Suryabudhi (2003), orang yang menjalani hidup normal dapat menganggap bahwa pengalaman, pengetahuan, keahlian, dan kearifan dalam pengambilan keputusan tindakan meningkat dengan usia.

5.1.2 Tingkat Pendidikan Konsumen

Pendidikan sangat penting untuk kehidupan karena memberikan pengetahuan dan keterampilan. Pada penelitian ini, tingkat pendidikan diukur berdasarkan tingkat pendidikan formal yang pernah mereka terima. Cara konsumen berpikir, menerima, dan mencoba hal-hal baru akan dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Gambar 2 berikut menunjukkan distribusi konsumen berdasarkan tingkat pendidikan formal konsumen *Coffe Shop*.

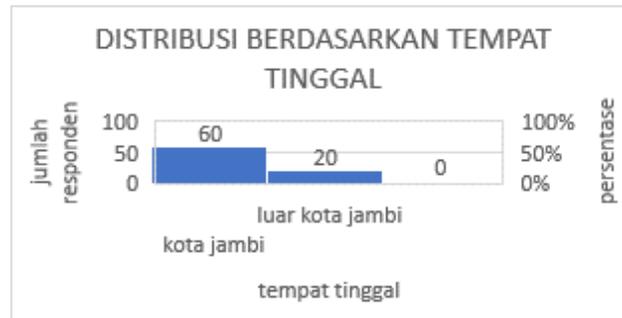


Gambar 3
Histogram Distibusi Tingkat Pendidikan

Dengan pencapaian pendidikan yang tinggi, membuat seseorang memiliki pengetahuan yang baik mengenai masalah dan informasi keuangan. Sehingga akan lebih efektif dalam pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Berdasarkan kelompok tingkat pendidikan pada gambar 2, konsumen *coffee shop* di keempat *coffee shop* yang menjadi sampel penelitian, yaitu pengunjung *coffee shop* didominasi oleh kelompok tingkat pendidikan 16 tahun atau setara dengan S1 dan tingkat pendidikan 12 Tahun atau setara dengan SMA. Sedangkan pada kelompok tingkat pendidikan lainnya 15 tahun atau D3 menjadi kelompok yang terkecil dari seluruh total responden. Karena tingkat pendidikan adalah tahapan belajar yang ditetapkan berdasarkan perkembangan peserta didik, tujuan yang ingin dicapai, dan kemampuan yang akan dikembangkan.

5.1.3 Tempat Tinggal Konsumen

Tempat tinggal merupakan suatu lokasi atau ruang fisik yang digunakan untuk ditempati atau dihuni oleh individu atau keluarga. Data hasil penelitian tempat tinggal konsumen yang menjadi responden disajikan pada grafik 3



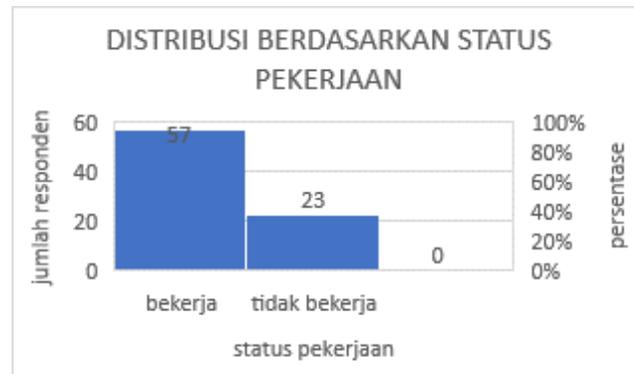
Gambar 4
Histogram Distibusi Berdasarkan Tempat Tinggal

Lokasi tempat tinggal dengan *coffee shop* dapat memengaruhi kunjungan konsumen. Lokasi yang baik dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk berkunjung. Konsumen biasanya akan melakukan evaluasi terlebih dahulu sebelum berkunjung ke *coffee shop*. Informasi tentang lokasi dari tempat tinggal dan suasana *coffee shop* dapat diperoleh dari konsumen lain yang pernah datang atau dari sosial media *coffee shop*. Berdasarkan gambar 4 atas menunjukkan bahwa tempat tinggal konsumen yang menjadi responden. Sebesar 60 orang responden dengan persentase 75% bertempat tinggal di Kota Jambi, sedangkan 20 orang responden dengan persentase 25% bertempat tinggal di luar Kota Jambi.

5.1.4 Status Pekerjaan Konsumen

Pekerjaan yang dilakukan oleh konsumen sangat mempengaruhi gaya hidupnya (pola dimana orang hidup untuk menghabiskan waktu dan uangnya). Pola kehidupan masyarakat, khususnya perkotaan memiliki pemenuhan kebutuhan yang lebih untuk membantu menyelesaikan resiko dan konflik saat kegiatan perlu adanya penyeimbang asupan yang perlu dikonsumsi, sehingga masyarakat disinyalir membutuhkan suatu wadah yang dapat mereka percayai dalam mengemukakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam kehidupannya, atau setidaknya

satu tempat dimana mereka bisa berkumpul dan saling berbagi cerita, gagasan ataupun komentar-komentar.



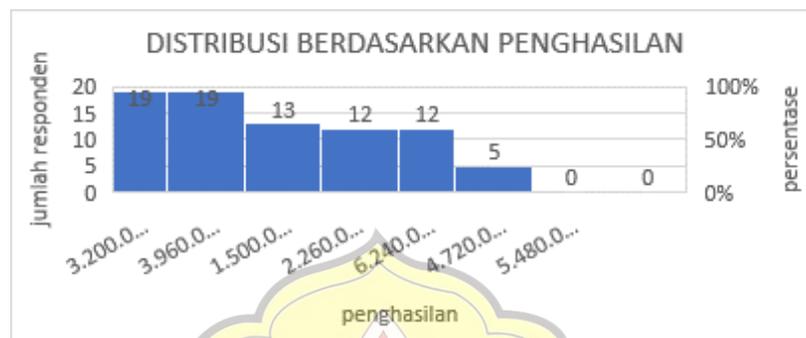
Gambar 5
Histogram Distibusi Berdasarkan Status Pekerjaan

Berdasarkan gambar 5 di atas menunjukkan bahwa status pekerjaan konsumen yang terbanyak dengan status bekerja sebesar 57 orang dengan persentase 71,25%, sedangkan yang tidak bekerja sebesar 23 orang dengan persentase 28,75%. Status pekerjaan konsumen akan mempengaruhi pendapatan yang mereka terima. Pendapatan tersebut kemudian akan dipertimbangkan pada proses keputusan dan pola konsumsinya yang selanjutnya akan mempengaruhi daya beli konsumen terhadap *Coffe Shop*.

Seseorang yang memiliki pekerjaan maka peluangnya untuk berkunjung ke *Coffee Shop* akan lebih besar. Hal ini dikarenakan bagi mereka yang bekerja akan menjadikan Caffe Shop sebagai tempat ternyaman untuk kumpul bersama teman-teman dan ada juga sebagian dari mereka yang mejadikan caffe shop sebagai tempat tempat yang nyaman dan produktif untuk bekerja, terutama bagi pekerja remote. Suasana tenang dan beragamnya aktivitas di *coffee shop* dapat membantu meningkatkan kreativitas dan produktivitas. Sedangkan bagi mereka yang belum bekerja mereka memperoleh uang dari uang jajan yang diberikan oleh orang tuanya.

5.1.5 Penghasilan Konsumen

Tingkat penghasilan yang menjadi konsumen *Coffe Shop* adalah pendapatan rata-rata yang diterima konsumen dalam satu bulan. Penghasilan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke *Coffee Shop*. Kunjungan adalah keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatiannya.



Gambar 6
Histogram Distibusi Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan gambar 6 di atas menunjukkan bahwa penghasilan konsumen yang terbanyak sebesar 29 orang pada kelas pendapatan Rp. 3.200.000-3.959.999 dan 3.960.000-4.719.999 dengan persentase sebesar 23,75%, sedangkan konsumen yang terendah sebesar 12 orang dengan kisaran penghasilan sebesar 6.240.000-7.000.000 dan 2.260.000-3.019.999 dengan persentase 15,00%.

Pendapatan merupakan faktor penting yang memengaruhi kunjungan. Pendapatan yang tinggi dapat meningkatkan daya beli konsumen, sehingga mereka lebih cenderung akan berkunjung ke tempat yang mereka sukai. Pendapatan juga merupakan keinginan dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka daya beli mereka juga akan meningkat. Konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung memilih tempat yang memiliki fasilitas yang bagus. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi

merupakan hubungan yang proporsional. Jika pendapatan konsumen rendah, maka pengeluaran konsumsi mereka juga akan rendah.

5.1.6 Faktor Karakteristik Yang Mempengaruhi Kunjungan ke *Coffee Shop*

Dari hasil regresi linear berganda, dapat ditulis Persamaan. Sebagai Berikut:

$$Y = 1,899 - 0,168 X_1 + 0,337 X_2 - 0,829 D_3 - 0,736 D_4 + 0,000000385 X_5 + e$$

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar 1,899 artinya apabila variabel independen yaitu usia (X_1), pendidikan (X_2), tempat tinggal (D_3), status pekerjaan (D_4) dan penghasilan (X_5) bernilai nol (0), maka variabel dependen kunjungan (Y) yaitu akan bernilai tetap sebesar 1,899 kali/bulan.
2. Koefisien regresi variabel usia (X_1) bernilai sebesar -0,168 artinya apabila variabel X_1 usia mengalami peningkatan sebesar satu tahun sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu kunjungan akan mengalami penurunan sebesar 0,168 kali/bulan. Hal ini bisa terjadi karena semakin berumur, semakin berkurang kekuatan fisiknya untuk mengunjungi *Coffee Shop*, sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu di rumah bersama keluarga.
3. Koefisien regresi variabel tingkat pendidikan (X_2) bernilai sebesar 0,337 artinya apabila variabel X_2 (tahun pendidikan) mengalami peningkatan sebesar satu tahun sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y kunjungan akan mengalami peningkatan sebesar 0,337 kali/bulan. Semakin tinggi taraf pendidikan masyarakat semakin banyak pula tuntutan dan harapan mereka sehingga orang berpendidikan tinggi cenderung merasa tidak puas dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah.

4. Koefisien regresi variabel tempat tinggal (D_3) bernilai sebesar -0,829 artinya artinya apabila variabel D_3 (tempat tinggal) mengalami peningkatan sebesar satu tahun sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y kunjungan akan mengalami penurunan sebesar 0,3829 kali/bulan. Artinya semakin jauh tempat tinggal konsumen dari *Coffee Shop* makan akan semakin jarang dia berkunjung ke *Coffee Shop*.
5. Koefisien regresi variabel pekerjaan (D_4) bernilai sebesar -0,736 artinya apabila variabel D_4 (pekerjaan, D_1 =bekerja, D_0 = tidak bekerja) mengalami peningkatan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y (kunjungan) akan mengalami penurunan sebesar 73,60%.
6. Koefisien regresi variabel penghasilan (X_5) bernilai sebesar 3,855 artinya apabila variable X_5 penghasilan mengalami peningkatan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y kunjungan akan mengalami peningkatan sebesar 3,855%. Hal ini menggambarkan bahwa orang yang memiliki pendapatan cenderung untuk berkunjung ke *coffee shop*, karena selain bisa menikmati *coffee*, bekunjung ke *coffee shop* menjadi tempat yang nyaman untuk mencari inspirasi, bagi orang yang bekerja, selain itu *coffe shop* juga dapat memberikan suasana yang baru dan bersosialisasi dengan teman atau keluarga.

5.1.7 Hasil Koefisien Determinasi R square

Tabel 1 Hasil Regresi Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.690 ^a	.540	.489	1.38867	.444

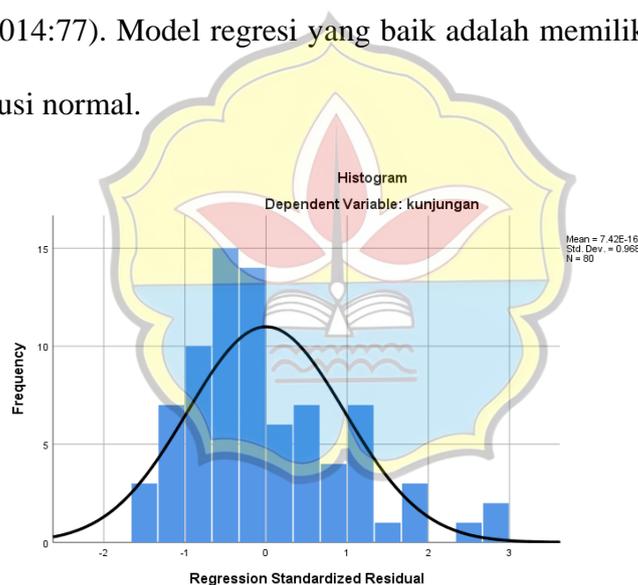
a. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia
b. Dependent Variable: kunjungan

Nilai *R Square* sebesar 0,540 ini menjelaskan bahwa variabel X usia (X_1), pendidikan (X_2), tempat tinggal (D_3), status pekerjaan (D_4) dan penghasilan (X_5) mempengaruhi variabel kunjungan (Y) sebesar 0,540 atau 54,40%. Sedangkan sisanya 45,60% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel independen yang diteliti.

5.2 Asumsi Klasik

5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Umar, 2014:77). Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.



Gambar 7
Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan melihat grafik histogram pada gambar 7, dimana grafik histogram memberikan pola distribusi yang condong ke arah kanan yang artinya adalah data pada penelitian ini berdistribusi normal.

5.2.2 Uji multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2001) Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah terdapat hubungan linear atau korelasi yang tinggi antar masing-masing

variabel independen dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka data menunjukkan multikolinieritas signifikan.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

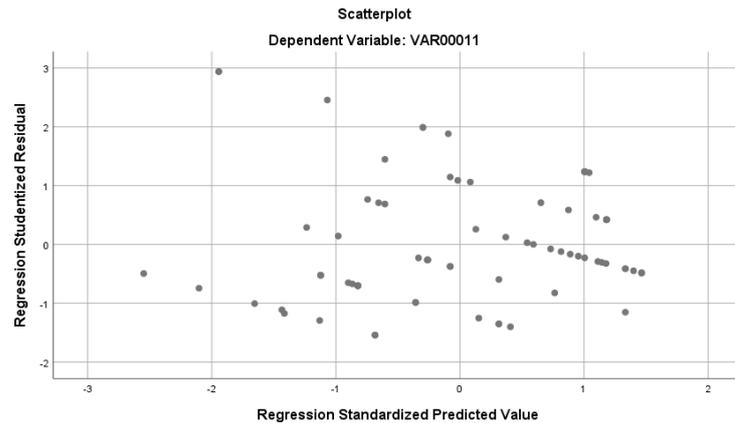
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta	t			Sig.
1	(Constant)	1.899	1.672		1.136	.260		
	X1 Usia	-.168	.051	-.710	-3.301	.001	.222	
	X2 Pendidikan	.337	.117	.409	2.879	.005	.508	
	D3 tempat tinggal	-.829	.473	-.234	-1.752	.084	.574	
	D4 status pekerjaan	-.736	.538	-.218	-1.370	.175	.407	
	X5 Penghasilan	3.855E-7	.000	.383	1.975	.052	.273	

a. Dependent Variable: kunjungan

Hasil perhitungan diperoleh nilai tolerance dari seluruh variabel independen $> 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak terdapat adanya indikasi gejala multikolinieritas.

5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Cara yang digunakan untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat grafik scatterplot antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di studentized. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 8
Scaterplot

Berdasarkan Gambar 8, dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas karena titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Model regresi layak dipakai untuk memprediksi kunjungan berdasarkan masukan variabel bebas usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan.

5.3 Hasil Uji Statistik Secara Simultan

Menurut Imam Ghozali (2010), uji statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen digunakan Uji-F.

Tabel 3 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.097	5	9.019	4.677	.001 ^b
	Residual	142.703	74	1.928		
	Total	187.800	79			

a. Dependent Variable: kunjungan

b. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia

Berdasarkan data analisis SPSS diperoleh nilai Fhitung 4,667 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,34 maka Ho ditolak Ha diterima dengan demikian hipotesis menyatakan bahwa usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan dan penghasilan berpengaruh secara simultan terhadap kunjungan dapat diterima.

5.3.1 Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individu) memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Berikut ini hasil uji t dengan menggunakan pengujian statistik SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Tabel 9 Hasil Uji t

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B		Beta				
1	(Constant)	1.899	1.672		1.136	.260		
	X1 Usia	-.168	.051	-.710	-3.301	.001 ^s	.222	4.509
	X2 Pendidikan	.337	.117	.409	2.879	.005 ^s	.508	1.968
	D3 tempat tinggal	-.829	.473	-.234	-1.752	.084 ^{ns}	.574	1.743
	D4 status pekerjaan	-.736	.538	-.218	-1.370	.175 ^{ns}	.407	2.456
	X5 Penghasilan	3.855E-	.000	.383	1.975	.052 ^{ns}	.273	3.669

a. Dependent Variable: kunjungan

Dari tabel 9 di atas, maka hasil uji parsial untuk dapat menganalisis pengaruh masing-masing variabel usia (X_1), pendidikan (X_2) tempat tinggal (D_3) status pekerjaan (D_4) dan penghasilan (X_5), Terhadap frekuensi kunjungan (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan. Variabel pendidikan (X_2) variabel penghasilan (X_5) mempunyai arah positif. Sedangkan usia (X_1), tempat tinggal (D_3) dan status pekerjaan (D_4) mempunyai arah negative. Hasil pengujian hipotesis masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel

dependen dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Pengaruh usia (X_1) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = -0,168

Hasil pengujian parsial nilai t hitung sebesar -3,301 serta nilai signifikansi kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dimana nilai t_{hitung} sebesar -3,301 > t_{tabel} 1,99045 Hal ini berarti usia berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa usia berpengaruh signifikan terhadap kunjungan diterima (H_a diterima). Artinya terdapat hubungan yang tidak searah antara usia dan kunjungan. Sehingga apabila terjadi peningkatan usia pada seseorang maka akan berpengaruh terhadap penurunan jumlah frekuensi kunjungan ke *Coffee Shop*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Hudiono (2022) yang menyatakan bahwa usia berpengaruh terhadap kunjungan, semakin tinggi usia seseorang maka jumlah kunjungan terhadap suatu tempat atau daerah tertentu akan di menurun.

- b. Pengaruh pendidikan (X_2) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = 0,337

Hasil pengujian parsial nilai t hitung sebesar 2,879 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,879 > t_{tabel} 1,99045. Hal ini berarti bahwa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan diterima (H_a diterima). Artinya terdapat hubungan yang searah antara pendidikan dan kunjungan. Sehingga apabila terjadi peningkatan pendidikan pada seseorang maka akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah frekuensi kunjungan ke *Coffee Shop*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Musrifatul dan Agus (2020) yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap kunjungan, semakin tinggi pendidikan seseorang maka jumlah kunjungan terhadap suatu tempat atau daerah tertentu akan di meningkat.

- c. Pengaruh tempat tinggal (D_3) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = - 0,829

Hasil pengujian parsial nilai t hitung sebesar -1,752 serta nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,084 > 0,05$). Dimana nilai t_{hitung} sebesar -1,752 < t_{tabel} 1,99045. Hal ini berarti tempat tinggal tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa tempat tinggal berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ditolak (H_a ditolak). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Musrifatul dan Agus (2020) yang menyatakan bahwa tempat tinggal berpengaruh terhadap kunjungan responden. Kenyataan nya bahwa tempat tinggal tidak mempengaruhi kunjungan konsumen, Faktor yang mendorong pergerakan orang dari yang tempat tinggalnya jauh adalah keinginan untuk mencari hiburan/rekreasi yang memiliki ketersediaan fasilitas yang bagus dibandingkan yang ada di tempat tinggalnya.

- d. Pengaruh status pekerjaan (D_4) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = - 0,736

Hasil pengujian parsial nilai t hitung sebesar -1,370 serta nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,175 > 0,05$). Dimana nilai t_{hitung} sebesar -1,370 < t_{tabel} 1,99045. Hal ini berarti status pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa

status pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ditolak (H_a ditolak). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2018) yang menyatakan bahwa pekerjaan tidak berpengaruh terhadap kunjungan. Hal ini dikarenakan orang yang bekerja dan tidak bekerja akan tetap berkunjung ke *Coffee Shop*, hal ini dikarenakan *coffee shop* menjadi tempat nongkrong favorit bagi setiap orang, selain itu *Coffee Shop* juga memiliki suasana yang nyaman, dimana para pengunjung dapat menikmati kopi dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan.

- e. Pengaruh penghasilan (X_5) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = 0,000000385

Hasil pengujian parsial nilai t hitung sebesar -1,975 serta nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,052 > 0,05$). Dimana nilai t_{hitung} sebesar $-1,975 < t_{tabel} 1,99045$. Hal ini berarti penghasilan tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa penghasilan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ditolak (H_a ditolak). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ani dan Diah (2023) yang menyatakan bahwa penghasilan tidak berpengaruh terhadap kunjungan. Hal ini dikarenakan bagi orang yang berpenghasilan tinggi dan berpenghasilan rendah mereka tetap melakukan kunjungan ke *Coffee Shop*, karena *coffee shop* adalah tempat terfavorit untuk nongkrong dan kumpul bersama teman-teman.

VI. KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan karakteristik konsumen terhadap kunjungan *Coffee Shop* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Hasil penelitian menyatakan bahwa usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan secara bersama - sama berpengaruh terhadap kunjungan. Secara parsial usia dan pendidikan berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*. Dengan nilai R_2 sebesar 0,540, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 5,40%. Sedangkan secara parsial tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan tidak berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*.

6.2 Saran

Semakin bertambah usia seseorang maka dia akan lebih banyak menghabiskan waktunya dirumah dan lingkungan sekitar. Sedangkan semakin tinggi pendidikan seseorang maka dia akan lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah. Sehingga untuk pihak *Coffee Shop* harus bisa meningkatkan inovasi dalam menarik minat konsumen yang berusia 35 tahun keatas agar tertarik mengunjungi *coffee shop* seperti melakukan promosi di media sosial yang dapat menarik perhatian kalangan usia tersebut, karena masih sedikitnya ditemukan konsumen pada usia tersebut yang mengunjungi *coffee shop* dengan demikian permintaan kopi pada *coffee shop* kurang menjadi optimal. Saran untuk penelitian lebih lanjut yaitu dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain diluar kondisi usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan yang dianggap mampu mempengaruhi kunjungan ke *Coffee Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, J.A. (2016). Combining Price And Store Atmosphere To Make And Purchase Decisions In Dining Cafe. *Internasional Journal Of Research In Marketing*, 5(1).
- Ali, F., Kim, W. G., Li, J. & Jeon, H. M. (2016). Make It Delightful: Customer's Experience, Satisfaction And Loyalty In Malaysian Theme Parks. *Journal Of Destination Marketing Management*, 5(1), 1–11.
- Ahass, Liliana. (2018) "Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Terhadap Minat Beli Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran).
- Amin, Z., Andry, Humaidi, E., Wahyuni, N., & Ningsih, V. Y. (2020). Consumers' Perceptions And Willingness To Pay (Wtp) Organic Rice. *Journal Of Critical Reviews*, 7(1), 48–51.
- Ani Irvani Yatuz Zahra dan Diah Setyawati Dewanti. (2023). Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Individual Travel Cost Method. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*. Vol. 1, No. 1
- Adelina Elsa D, Bambang W & Sri Sumarmi (2022) Manfaat Konsumsi Kopi dalam Meningkatkan Kemampuan Mengingat (Memori): A Narrative Review. *Media Gizi Kesmas*. 12(1), 463– 468. <https://doi.org/10.20473/mgk.v12i1>.
- Al Rasyidin, Erna Listiana (2020) Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Minat Kunjung Ulang Konsumen Coffee Shop Non Waralana Bermerek Asing di Kota Pontianak. *E-Journal Universitas Tanjung Pura*.
- Andi Putri Nabila.S (2018) Jaringan Sosial Pengusaha Café : Story Coffe Roestery. Skripsi: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Budi, Mushollaeni, Yusianto & Rahmawati (2020) Karakterisasi Kopi Bubuk Robusta (*Coffea Canephora*) Tulungrejo Terfermentasi Dengan Ragi. *Urnal Agroindustri* Vol. 10 No. 2.
- BPS (2018). Statistik Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Cita, Retty.Y & Salsabila (2022) Kualitas Produk Dan Layanan Coffee Shop Yang Dikunjungi: Sebuah Studi Pada Mahasiswa. *Jurnal Dunia Gizi*, 5(2). <https://doi.org/10.33085/jdg.v5i2.5531>

- Citra Dewi Suryani dan Dian Novita Kristiyani. (2021) Gaya Hidup Baru Kaum Muda Gemar Mengunjungi Coffee Shop (Studi Fenomenologi Pada Anak Muda Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga). *Public Relation Journal*. Vol. 1 No. 2
- Dea Ayu Pramita & V. Indah Sri Pinasti (2019) Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Damayanti, Bambang W & Sri S (2023) Manfaat Konsumsi Kopi dalam Meningkatkan Kemampuan Mengingat (Memori): A Narrative Review. *Media Gizi Kesmas*, Vol. 12, No. 1, 463-468.
- Dirayati H, Dian H & Nuri A. (2022) Karakteristik fisikokimia dan kapasitas antioksi dan kopi liberika dari kabupaten tanjung jabung barat, jambi. *J. Teknol. Dan Industri Pangan*. Vol 33, no 1. <https://doi.org/10.6066/jtip.2022.33.1.39>
- E. E. Lasut, V. P. K. Lengkong, and I. W. J. Ogi (2017) Analisis Perbedaan Kinerja Pegawai Berdasarkan Gender, Usia Dan Masa Kerja (Studi Pada Dinas Pendidikan Sitaro),” *EMBA*.5(2). 2771–2780.
- Ester B M, Jermias T & Febrina P. Y. (2023) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Perumahan Di Kota Manado Dan Kabupaten Minahasa Utara.
- Edy H, Humaidi Analiasari & Bina U (2023) Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Di Coffee Shop. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. 8 (2) 53-60. <https://doi.org/10.32938/ag.v8i2.1337>
- Entika I. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. Vol. 3. No. 1. *E-journal T E K N O* Volume 21, No. 84. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/tekno> .
- Elfariyanti, Ernita S & Mela S (2020) Analisis Kandungan Kafein Pada Kopi Seduhan Warung Kopi Di Kota Banda Aceh. *Lantanida Journal*, Vol. 8 No. 1.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gujarati, N. D. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba
- Haniefan, N., dan Basunanda, P. (2022). Eksplorasi dan identifikasi tanaman kopi liberika di kecamatan sukorejo, kabupaten kendal. *Vegetalika*, 11(1), 11–18. <https://doi.org/10.22146/veg.44325>

- Helza Rahmadani (2016) Persepsi Masyarakat Terhadap Aktivitas Café Di Gampong Ie Masen Ulee Kareng Kec. Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh.
- Isbul Said (2022) Perilaku Mahasiswa Di Kedai Kopi Titiwungen Utara Kota Manado. *Jurnal Holistik*. Vol. 15 No. 4.
- Ilka (2019) Pengembangan Metode Klasifikasi Biji Kopi Beras Arabika Gayo Dan Robusta Gayo Dengan Metode Pca (Principal Component Analysis) Berdsarkan Pengolahannya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*. 4(4).
- Ida B M O S, Anak A P A & Ni P C D A (2022) Pengaruh Selera Konsumen, Persepsi Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt Sejahtera Indobali Trada Cabang Bangli. *Jurnal Emas*. 3(6). 46-54. www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- I Gusti Putu Endra Suantara (2015) Hubungan Indeks Massa Tubuh (Imt) Dan Umur Terhadap Daya Tahan Umum (Kardiovaskuler) Mahasiswa Putra Semester Ii Kelas A Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan Ikip PGRI Bali Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi*. 1(1). 42 – 47.
- Joko Hadi Susilo, Wuryaningsih & M. Kholilurrohman (2019) Perilaku Gaya Hidup Generasi Muda Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jii: Jurnal Investasi Islam* Vol. Iv No. 1.
- Juwinner D K & Ardian M. (2022). Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Dengan Pembentukan Karakter Siswa Kelas XI Sekolah Menengah Atas Unklab. *KSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*. <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.8.3.1989-2002.2022>
- Kuncoro, Mudrajad. 2018. *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*. 5th ed. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Komunitas 0741 Kopi Jambi.
- Lickona, Thomas. (2012). *Mendidik Untuk Membentuk Karakter: Bagaimana Sekolah dapat Memberikan Pendidikan Sikap Hormat dan Bertanggung Jawab*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lailatus Sa'adah & Kismarotul Jannah (2021) Analisis Perbedaan Pendapatan Rata-Rata Pengusaha Dan Dampaknya Untuk Perkembangan Ikm (Studi Pada Toko Modern). *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No.1.
- Muhibatul, (2014). Analisis Kandungan Kafein Pada Kopi. Skripsi. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan. Iain. Semarang.

- Meilinda (2022) Perkembangan Kedai Kopi & Mocktail Menjadi Peluang Usaha Untuk Kalangan Muda Di Kota Gorontalo. E-Journal Ung 1(2), 51 – 57.
- Marcella & Dina. (2022) Aspek Bioteknologi Dan Keahlian Kopi Luwak Serta Korelasi Manfaatnya Untuk Kesehatan. Jurnal Riset Farmasi (Jrf). Volume 2, Nomor 1.
- Mega Ayulestari (2019) Fungsi Sosial Kedai Kopi Bagi Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Kasus Kedai Kopi Kim Teng Pekanbaru). JOM FISIP Vol. 6: Edisi I.
- Muharam & Sriwidodo. (2022) Review : Potensi Kopi Arabika (*Coffea Arabica L.*) Dari Berbagai Aktivitas Farmakologi & Bentuk Sediaan Farmasi. Medical Sains : Jurnal Ilmiah Kefarmasian Vol. 7 No. 3.
- Musrifatul dan Agus (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengetahuan, Jarak Tempat Tinggal Dan Sikap Ibu Kepada Pelayanan Petugas Puskesmas Terhadap Frekuensi Kunjungan Ibu Ke Posyandu Di Kabupaten Lamongan. Jurnal Riset Farmasi (Jrf). Vol 3, Nomor 2.
- Nawangsih, Kurniawan Yunus & Khoirul Ifa (2019) Strategi Pengambilan Keputusan Kedai Kopi. Jurnal Ilmu Manajemen Advantage Volume 3 , Nomor 2. <https://doi.org/10.30741/adv.v3i2.474>
- Maria Veronika Trisanti (2022) Determinan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Di Pontianak. Thesis : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nufus, Arpi & Purwanto. (2023) Warna Seduhan Kopi Liberika (*Coffea Liberica*) Dengan Variasi Derajat Penyangraian Dan Metode Penyeduhan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian. Volume 8, Nomor 2.
- Nazla I, Ani M M & Ade I S. (2022). Analisis Daya Saing Industri Coffee Shop Di Kota Medan. Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan) Vol 02, No3.
- Ni Made R P, I Ketut S & Dwi P D (2022) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kedai Kopi Di Kota Denpasar. Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata. 11(1).337- 349. <https://doi.org/10.24843/JAA.2022.v11.i01.p31>
- Novia & Setia (2021) Inovasi Produk Olahan Kopi Serta Strategi Pemasarannya Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kampung Legok Nyenang. Proceddings Uin Sunnan Giri Djati Bandung
- Oktavia (2021) Keanekaragaman Kopi Rakyat Berdasarkan Topografi Di Kabupaten Lumajang . E-Journal Unmuhjember

- Primadiana Yunita. (2021). Struktur Tata Kelola Global Value Chains Produk Kopi dalam Perdagangan Kopi Global: Studi Komparatif Kopi Indonesia dan Kopi Vietnam. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(5), 821–826. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i5.299>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Reka Ruslan, Andi Mappatempo & Syafaruddin (2021) Pengaruh Lokasi, Pelayanan Dan Citra Terhadap Gaya Hidup Dan Minat Beli Masyarakat Di Makassar Mall. *E-Journal Pujia Unismuh Makassar*. Vol. 10, Nomor 2.
- Rika Savitri, Annisa S & Riska (2021) Fenomena Gaya Hidup Kunjungan ke Toko Kopi: Entertainment versus Task Switching. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*. 10 (2). <https://doi.org/10.32315/jlbi.v10i02.37>
- Ruhadi & Herlina (2013) Dampak Keberadaan Kedai Kopi Bagi Ipk Mahasiswa Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Serambi Ilmu*,. Volume 14 Nomor 2.
- Rahmawaddah, Moh Aris Pasigai & Ismail Rasulong (2018) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departemen Store Gtc Tanjung Bunga Makassar. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* Volume 14 No 1.
- Ruryarnesti (2016) Hubungan Antara Gender Dan Usia Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Perusahaan Agrikultur,” *Pros. Semin. Nas. Psikol.*2(30). 112–119,
- Rini Hudiono (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. Vol. 5 No. 2
- Rosadi, Majid, Rizal, Ulum, Asror, Fu’ad, Proyogi & Dhani. (2021). Pengolahan Kopi Excelsa Pasca Panen Terhadap Roasting Kopi Di Kelurahan Pecalukan Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat* Volume 4 Nomor 02
- Suroto. 2000. *Srategi Pembangunan Dan Perencananaan Kesempatan Kerja*. Gadjah Mada Univercity, Yogyakarta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Teguh S (2017) Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*.1(1).

Tuhusna, Laila. (2015) “Budaya “Ngopi” Di Kedai Kopi Pada Masyarakat Aceh Di Kec. Banda Mulia Kab. Aceh Tamiang”. Undergraduate thesis, Unimed.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 Tentang Kepariwisataaan.

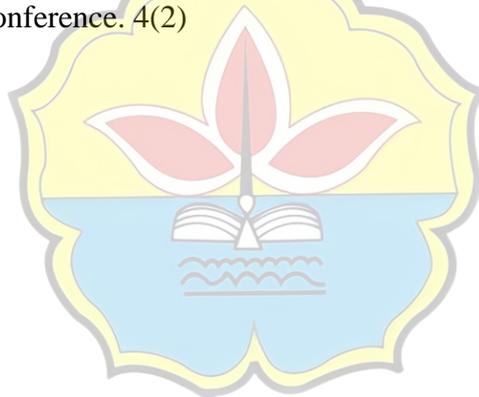
Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Bab I Pasal 1 Tentang Usaha Mikro,

Widya Gusti P, Sulismadi & Luluk Dwi K (2022) Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa Di Malang. Jurnal Sosiologi Nusantara Vol 8 , N o 2.

Wachdijono & Assyifa (2021) Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Coffee Shop Dan Barista Pada Era Pemasaran Kopi Ke Tiga. Paradigma Agribisnis.4(1) 1-11.

Yuliani (2020) Keberadaan Warung Kopi Dan Kaitannya Dengan Pemanfaatan Perpustakaan Oleh Mahasiswa Di Banda Aceh. Skripsi: Universitas Islam Negri Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh.

Zhafirah dan Ariesyia (2021). Analisis Faktor Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pemilihan Coffe Shop. Maranatha Economics and Business Conference. 4(2)



Lampiran 1 Data *Coffee Shop* di Kota Jambi

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat
1	Koffiekopi	Jalan Karya Maju No.146 Rt.15, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
2	Jkov Kopi	Jl. Sunan Drajat No.42, Suka Karya, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
3	Casa De Alicia	Jalan Abdurrahman Saleh RT10, The Hok, Jambi Selatan, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36126
4	Kofeluv	Jalan GR Datuk Djamin Bagindo No.56 C, Talang Banjar, East Jambi, Jambi City, Jambi 36136
5	Strada Coffeee	Jl. Sultan Thaha Syaifuddin No. 60 Pasar Jambi Infinity Hotel Lantai 10, Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36123
6	Pagi Kopi	Jl. H. Moh. Bafadhal, Cemp. Putih, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36134
7	Coffeee Mobile	Jl. H. Adam Malik No.36, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36126
8	Jabat Tangan Kopi	Jl. Matahari I, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
9	Simons And Sons	Jl. Gajah Mada No.1, Jelutung, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
10	Dine And Chat	Jl. Profesor DR. Soemantri Brodjonegoro No.1, Payo Lebar, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
11	Rain Coffeee	Jl. Pangeran Hidayat No.21, Paal Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36127
12	Omdut Coffeee	CLAVE Citraland No.NGK, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
13	Cafeka	Jl. H. Agus Salim No.15, Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
14	Kopi Tiam Oey	Pasar Jambi, Jl. Sultan Agung, Beringin, Jambi, Kota Jambi, Jambi 36112
15	Camp Coffeee	Jl. Arif Rahman Hakim No.58, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
16	Kedai Gayo Arabica	Talang Bakung, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36127
17	Moto Koffie	Jl. Majapahit, Payo Selincah, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi
18	Starbucks	Jl. Sultan Thaha No.147, Beringin, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36124
19	Gena Ngopi	Perumahan Vila Kenali, Jl. Pendidikan, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
20	Kopi Pedalaman	Lorong Cendana, Solok Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124

21	Kopi Masbro	Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi
22	Helo Sapa Coffeee	Jl. Letjen Suprpto, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
23	Coffeee Time	WTC Batang Hari Lt.3, Jl. Sultan Thaha No. 17, Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36138
24	Janji Jiwa	Jl. Sumantri Brojonegoro, Solok Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
25	Rumah Kopi	Jl. Kolonel Sugiono No.21, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
26	Waronk Mabes	Jalan Haji Agus Salim, Kotabaru, Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
27	Kedai Kopi H. Ahmad Saguh	Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
28	Secangkir Coffeee	Jl. Lintas Sumatra No.65b, Rw. Sari, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
29	Ghona Coffeee	Jl. RE. Martadinata, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36122
30	Mora Coffeee	Gg. Damai, Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
31	Coffeee Fazta	Paal Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
32	Ristretto Coffeee	Jl. Orang Kayo Pingai No.35, Talang Banjar, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi 36123
33	Aroma Kopi Tua	Jl. Gr. Djamin Datuk Bagindo No.1042, Talang Banjar, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi 36122
34	Samjoy Coffeee	Jl. Ir. H. Juanda No.22, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36126
35	O Kopi Id	Jl. Intan Sari, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36126
36	Carpe Diem	Jl. Mangkubumi No.50, Budiman, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi 36123
37	Etalase Coffeee	Lorong Gotong Royong No.21, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
38	Analogi Coffeee	Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi
39	Goresan	Jl. Sunan Giri, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36124
40	Oh Kopi	Jl. Kol. Amir Hamzah, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36129
41	Kopirasat	Jl. Kol. Abunjani, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36129
42	Kopi Lain Hati	Jl. Kolonel M Taher No.109, Talang Banjar, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi
43	Cerita Kita	Wijaya Pura, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi
44	Segelas Kopi	Jl. Sunan Giri, RT.04/RW.No. 74, Suka Karya, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129 Jl. Sunan Giri, RT.04/RW.No. 74, Suka Karya, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129

45	Broyat Coffeee	Jl. Jend. Sudirman, Tambak Sari, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36138
46	Edisi Coffeee	Jl. Abdul Chatab RT.15 Kel, Pasir Putih, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36139
47	Teman Duduk Coffeee	Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi
48	Maxx Coffeee	Budiman, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi 36123
49	Kopi Ketje	Lippo Plaza, Jl. Orang Kayo Hitam, Sulanjana, Kec. Jambi Tim., Kota Jambi, Jambi 36123
50	Little Bar	Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
51	Mavic Coffeee	Jl. Jenderal Urip Sumoharjo No.40, Sungai Putri, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
52	Brown Sugar Coffeee	Jl. R. Wijaya, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36125
53	Frost Coffeee	Jl. Arif Rahman Hakim, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
54	Duniawi Coffeee	Unnamed Road, Kebun Handil, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
55	Eleu.Jambi	Sungai Putri, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
56	Joyn Coffeee	Jl. Halmahera No.RT. 14, Kebun Handil, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36137
57	Senyala Coffeee	Jl. Serma Ishak Ahmad No.5, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
58	Nourrit.Co	Kenali Besar, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
59	Kedai Kopi Nikmat	Jl. Kol. Amir Hamzah No.124, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
60	Kopi Juara	Jl.Hs.Bachroen Lrng, Lorong Keluarga, Payo Lebar, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
61	Kopi Bin	Jl. H. Adam Malik Beringin No.68, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36125
62	Foresthree Coffee	Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
63	Nemu Coffeee	Jl. Ir. H. Juanda, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
64	Situasi Coffeee	Kebun Handil, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
65	Leon Coffeee	Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
66	Jejak Coffeee	Jl. TP. Sriwijaya, Bagan Pete, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
67	Teori Coffeee	Jl. Arif Rahman Hakim, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36129
68	Eightyeight Coffeee	Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125

69	Sans Coffee	Jl. Palembang - Jambi No.15, Payo Lebar, Kec.Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
70	Make Coffee	Jl. Palembang - Jambi No.15, Payo Lebar, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
71	Mistery Coffee	Jl. Sumatera No.76, Kebun Handil, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
72	Kui Kopi	Julius Usman, Pematang Sulur, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
73	Livfe Coffee	Jl. Sumantri Bojonegoro, Sipin, Solok Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
74	Kopi Koop	Jl. Kolonel Sugiono No.B.26, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
75	Pin Kopi	Jl. H. Zainir Haviz, Paal Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
76	Cobe Coffee	Jl. Pangeran Hidayat No.17, Suka Karya, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
77	Leng Cup Coffee	Jl. R. Wijaya No.8, The Hok, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
78	Mokha Coffee	Jl. HOS Cokroaminoto Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36124
79	Hoa Coffee	Paal Merah, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi 36126
80	Sels Coffee	Jl. H. Agus Salim, Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36125
81	Toko Kopi Kuka	Beliung, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
82	Garasi Koftea	Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36122
83	Sayang Kawan	The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi
84	Lymphocite	Jl. Thaib Fachrudin, Lrg. Nangko RT. 08, Simpang Rimbo Jambi, Kota Jambi
85	Kedai Kopi Kulo	Jl. Kapt. A. Bakaruddin No.88, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361
86	Ju Kopi	Jln. Aditya Warman No.08 RT.14 (Pas Di Tikungan Sukarejo), Kota Jambi
87	Kalijodo Coffee Jambi	Depan Tugu Juang, Jl. Kol Abunjani No.Rt.21, Simpang Iii Sipin, Telanaipura, Jambi City, Jambi 36136
88	Cafe T80	Jl. Pangeran Hidayat No.57, Paal Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36128
89	La Terra Del Cafe	Jl. Kol Abunjani, Tugu, Juang Jambi, Kota Jambi, Jambi 36129
90	La Swara	Jl. Jend. A. Thalib No.86, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361
91	Takana Eatery	Lrg. Tegal Sari IV RT. 34 Kel, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36126
92	Head Of Karena	Jl.Prof Sri Sudewi Maschun Sopyan E5, Telanaipura
93	Kopi Kenangan	Jl. Sumantri Brojonegoro No.135, RW.20, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124

94	Janji Jiwa	Jl. Sumantri Brojonegoro, Payo Lebar, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124
95	Kopi Soe Tugu Juang	Jl. Kolonel Abunjani No.12, Kenali Besar, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36124
96	The Classio Cafe	Jl. Gatot Subroto No.3, Sungai Asam, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36123

Sumber: Data Komunitas 0741 Kopi Jambi, 2024.



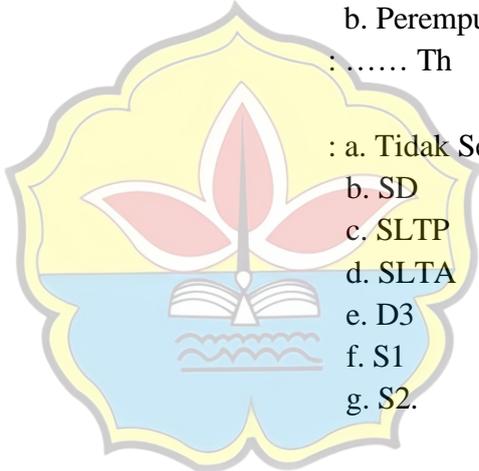
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Tata Cara Pengisian Kuisisioner:

1. Untuk Biodata dibawah silakan memberikan silang pada jawaban yang dipilih.
2. Setelah pengisian Biodata silakan menjawab pertanyaan pada kolom yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
Alamat :
Status Nikah :
Anggota Keluarga :
Jenis kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
Umur (X₁) : Th
Pendidikan (X₂) : a. Tidak Sekolah,
b. SD
c. SLTP
d. SLTA
e. D3
f. S1
g. S2.
- 
- Tempat tinggal (D₃) : a. Kota Jambi
b. Luar Kota Jambi
- Status Sosial (D₄) : a. Bekerja
b. Tidak Bekerja
- Penghasilan Perbulan (X₅) : a. ≤ 5 juta /Bln
b. > 5 Juta / Bln
c. > 10 Juta / Bln
- Jumlah Kunjungan Perbulan ke Coffe Shop : Kali / Bulan

Lampiran 3 Identitas Responden

No. Resp	Nama	Usia (Tahun)	Pendidikan	tempat tinggal	status pekerjaan	Penghasilan (Rp/Bulan)	Kunjungan (Kali/Bulan)	Range Kategori
1	Bagus	17	12	0	1	1500000	2	Jarang
2	Iskandar	17	12	0	1	1500000	2	
3	Prabu	17	12	0	1	1500000	2	
4	Bambang	17	12	0	1	1500000	2	
5	Rauf	17	12	0	1	1500000	2	
6	Bujang	17	12	0	0	1500000	2	
7	Andri	17	12	0	0	2000000	2	
8	Nanda	20	12	0	0	2000000	3	Sedang
9	Efri	20	12	0	0	2000000	3	
10	Adi	20	12	0	0	2000000	3	
11	Ijal	20	12	0	0	2000000	3	
12	Buntoro	20	12	0	0	2000000	3	
13	Eman	20	12	0	1	2000000	3	
14	Agus Mek	20	12	0	1	2500000	3	
15	Lelek	20	15	0	0	2500000	3	
16	Abot	20	15	0	0	2500000	4	
17	Erwin Kenyot	20	15	0	0	2500000	4	
18	Gober	24	16	0	0	2500000	4	
19	Naldi	23	16	0	0	2500000	4	
20	Niran	22	15	0	0	3000000	4	
21	Feri	18	12	0	0	2700000	4	
22	Fandi	19	12	0	1	2700000	4	
23	Putra	24	16	0	0	3500000	4	
24	Fajar	25	16	0	0	3500000	4	
25	Niko	26	16	0	0	3500000	4	
26	Muhammad Sultan Alfatih	27	16	0	0	3500000	4	
27	Muhammad farhan	28	16	0	0	4100000	4	
28	Ade Ros Amanda	29	16	0	0	4100000	4	
29	Rini Wahyuni	30	16	0	0	4100000	4	
30	Putri lindi	35	16	0	0	4100000	4	
31	Natasya silvi	32	16	0	0	4500000	4	
32	Rizki indah ulpa	34	16	1	0	4500000	1	Jarang
33	Nina Sakinah	31	12	0	0	4500000	1	
34	Shoutun	34	12	0	0	4500000	1	
35	Hana pratiwi	36	12	0	0	4500000	1	
36	Sri Astuti Ningsih	38	15	0	0	4500000	1	
37	M.Masrul irfan	40	15	0	0	6400000	1	
38	Aqil kafka araysi	40	16	0	0	6400000	1	
39	Windi Wulandari	40	16	0	0	6400000	1	
40	Ika	35	15	0	0	6400000	5	Sering
41	Dimas wahyu cakra ningrat	34	16	0	0	6400000	5	
42	Chindi Pramudya Wardani	33	16	0	0	6400000	5	
43	Fajriyana nur afifah	32	16	0	0	6400000	5	
44	Jaya	33	16	0	0	7000000	5	

45	Farhana Khairunnisa	33	16	0	0	7000000	5	
46	Erdika Marleny	33	16	0	0	7000000	5	
47	Serly Mutiara Indah Damanik	33	16	0	0	7000000	5	
48	Widya Bunga	33	16	1	0	7000000	5	
49	Indra Damara	18	12	1	1	3500000	2	Jarang
50	Rahul Darmawansyah	17	12	1	1	3500000	2	
51	Maulana Rizky	18	12	1	1	3500000	2	
52	Ajo	18	12	1	1	3500000	2	
53	syafira	18	12	1	1	4000000	2	
54	rahayu aprilla	18	12	1	1	5000000	2	
55	Andi M Taufiqurrahman	18	12	1	1	5000000	2	
56	Muhammad Kastami Allberto Pujimuri	21	15	1	1	5000000	2	
57	Indah	21	15	1	1	5000000	3	Sedang
58	Wantoni	21	15	1	1	5000000	2	Jarang
59	Dinda Apriliani	21	15	1	1	3200000	4	Sedang
60	Muhammad Rizki	21	15	1	1	3200000	5	sering
61	Ilqham apriyantoro	21	12	1	1	3200000	6	
62	Natasya	21	12	1	1	3200000	6	
63	Sistia Agustin	22	12	0	1	3200000	6	
64	inggi lestari	22	12	0	0	3200000	6	
65	Joko	22	12	0	0	2800000	6	
66	Riski	22	12	0	0	2800000	6	
67	Hadi	22	15	0	0	2800000	6	
68	Suher	26	16	0	0	3600000	6	
69	Andreadi Ramadan	26	16	0	0	3600000	6	
70	Rendra Sidomulyo	26	16	0	0	3600000	6	
71	M Ajip Setiawan	26	16	0	0	3600000	6	
72	Amri	26	16	0	0	3600000	4	Sedang
73	Raehan	26	16	0	0	4500000	4	
74	Hamdi	26	16	0	0	4500000	4	
75	Rudi	26	16	0	0	4500000	4	
76	rivaldi saputra	28	16	1	0	4500000	3	
77	jaelani	28	16	1	0	4500000	3	
78	rio s	28	16	1	0	4500000	5	Sering
79	situmorang	28	16	1	0	4000000	3	Sedang
80	Rinaldi Oknanda	28	16	0	0	4000000	3	
Rata-Rata		25.0375	14.2375	0.25	0.2875	3.840.000	3.55	

Keterangan:

Skor 1-2	Jarang
Skor 3-4	Sedang
Skor 5-6	Sering

Lampiran 4 Data Pendukung

X1	X2	D3	D4	X5	Y
-1.24264	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.53607	-1.01165
-1.24264	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-1.01165
-0.77882	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	1.574249	-1.20785	-0.35897
-0.77882	-1.20357	-0.57735	1.574249	-0.87963	-0.35897
-0.77882	0.410154	-0.57735	-0.63522	-0.87963	-0.35897
-0.77882	0.410154	-0.57735	-0.63522	-0.87963	0.293704
-0.77882	0.410154	-0.57735	-0.63522	-0.87963	0.293704
-0.1604	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.87963	0.293704
-0.31501	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.87963	0.293704
-0.46961	0.410154	-0.57735	-0.63522	-0.55141	0.293704
-1.08803	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-0.74834	0.293704
-0.93343	-1.20357	-0.57735	1.574249	-0.74834	0.293704
-0.1604	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.22319	0.293704
-0.0058	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.22319	0.293704
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.22319	0.293704
0.303413	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.22319	0.293704
0.458018	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.170674	0.293704
0.612624	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.170674	0.293704
0.767229	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.170674	0.293704
1.540256	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.170674	0.293704
1.07644	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.433251	0.293704
1.38565	0.948061	1.732051	-0.63522	0.433251	-1.66432
0.921834	-1.20357	-0.57735	-0.63522	0.433251	-1.66432
1.38565	-1.20357	-0.57735	-0.63522	0.433251	-1.66432
1.694861	-1.20357	-0.57735	-0.63522	0.433251	-1.66432
2.004071	0.410154	-0.57735	-0.63522	0.433251	-1.66432
2.313282	0.410154	-0.57735	-0.63522	1.680487	-1.66432
2.313282	0.948061	-0.57735	-0.63522	1.680487	-1.66432
2.313282	0.948061	-0.57735	-0.63522	1.680487	-1.66432
1.540256	0.410154	-0.57735	-0.63522	1.680487	0.946379
1.38565	0.948061	-0.57735	-0.63522	1.680487	0.946379

1.231045	0.948061	-0.57735	-0.63522	1.680487	0.946379
1.07644	0.948061	-0.57735	-0.63522	1.680487	0.946379
1.231045	0.948061	-0.57735	-0.63522	2.074351	0.946379
1.231045	0.948061	-0.57735	-0.63522	2.074351	0.946379
1.231045	0.948061	-0.57735	-0.63522	2.074351	0.946379
1.231045	0.948061	1.732051	-0.63522	2.074351	0.946379
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.22319	-1.01165
-1.24264	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.22319	-1.01165
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.22319	-1.01165
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.22319	-1.01165
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	0.10503	-1.01165
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	0.761471	-1.01165
-1.08803	-1.20357	1.732051	1.574249	0.761471	-1.01165
-0.62422	0.410154	1.732051	1.574249	0.761471	-1.01165
-0.62422	0.410154	1.732051	1.574249	0.761471	-0.35897
-0.62422	0.410154	1.732051	1.574249	0.761471	-1.01165
-0.62422	0.410154	1.732051	1.574249	-0.42012	0.293704
-0.62422	0.410154	1.732051	1.574249	-0.42012	0.946379
-0.62422	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.42012	1.599055
-0.62422	-1.20357	1.732051	1.574249	-0.42012	1.599055
-0.46961	-1.20357	-0.57735	1.574249	-0.42012	1.599055
-0.46961	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-0.42012	1.599055
-0.46961	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-0.6827	1.599055
-0.46961	-1.20357	-0.57735	-0.63522	-0.6827	1.599055
-0.46961	0.410154	-0.57735	-0.63522	-0.6827	1.599055
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.15755	1.599055
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.15755	1.599055
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.15755	1.599055
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.15755	1.599055
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	-0.15755	0.293704
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.433251	0.293704
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.433251	0.293704
0.148808	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.433251	0.293704
0.458018	0.948061	1.732051	-0.63522	0.433251	-0.35897
0.458018	0.948061	1.732051	-0.63522	0.433251	-0.35897
0.458018	0.948061	1.732051	-0.63522	0.433251	0.946379
0.458018	0.948061	1.732051	-0.63522	0.10503	-0.35897
0.458018	0.948061	-0.57735	-0.63522	0.10503	-0.35897

Keterangan:

- X1 : Usia
- X2 : Pendidikan
- D3 : Tempat Tinggal
- D4 : Status Pekerjaan
- X5 : Penghasilan

Lampiran 5 Hasil Pengujian SPSS

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.899	1.672		1.136	.260		
	Usia	-.168	.051	-.710	-3.301	.001	.222	4.509
	Pendidikan	.337	.117	.409	2.879	.005	.508	1.968
	tempat tinggal	-.829	.473	-.234	-1.752	.084	.574	1.743
	status pekerjaan	-.736	.538	-.218	-1.370	.175	.407	2.456
	penghasilan	3.855E-7	.000	.383	1.975	.052	.273	3.669

a. Dependent Variable: kunjungan

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.690 ^a	.540	.489	1.38867	.444	

a. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia

b. Dependent Variable: kunjungan

Sumber: Data Olahan Primer Tahun 2024

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.097	5	9.019	4.677	.001 ^b
	Residual	142.703	74	1.928		
	Total	187.800	79			

a. Dependent Variable: kunjungan

b. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia

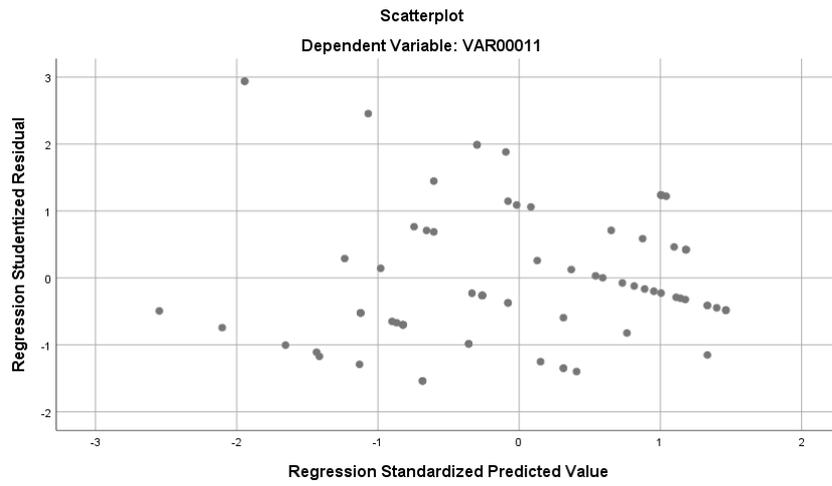
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34401035
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.155
	Negative	-.065
Test Statistic		.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 6 F Tabel Dan t Tabel
F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78

Keterangan:

$F (db_1, = 5; db_2 = 74, \alpha= 5\%) = 2,34$

Tabel t
Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Keterangan:

t (db, = 79;, $\alpha= 5\%$) = 1,99405

Lampiran 7 Dokumentasi



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden



Kunjungan dan Wawancara dengan Responden

JURNAL MEDIA AGRIBISNIS (MEA)

JURNAL MEDIA AGRIBISNIS (MEA)

Jl. Slamet Riyadi, Broni Jambi. Telp. (0741) 60103
Website: <http://mea.unbari.ac.id> Email: agri.unbari@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

Redaksi Jurnal Media Agribisnis (MEA), Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Batanghari, **menerima** naskah jurnal yang berjudul :

PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP KUNJUNGAN KE COFFEE SHOP DI KOTA JAMBI

atas nama penulis :

1. Zulkipli Effendi
2. Zainuddin
3. Nida Kemala

Dalam bank data Jurnal Mea.

Demikian surat keterangan ini dibuat. Atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Jambi, 3 Maret 2025
Dewan Redaksi Jurnal MEA



Siti Abir Wulandari, S.TP., M.Si

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

Zulkipli Effendi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Batanghari

*e-mail: zulkipli.effendi2017@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study are to determine and to analyze the factors that influence consumer visits to Coffee Shops in Jambi City. The method used for data collection is survey method. The sample of this study is taken using the Accidental Sampling method where sampling was taken with certain considerations. The research tool used multiple linear regression. The results of the study stated that age, education, residence, occupation and income simultantly influenced visits. Partially, age and education influenced visits to Coffee Shops. With an R² value of 0.540, it means that the independent variable influences the dependent variable by 5.40%. While partially, residence, occupation and income did not influence visits to Coffee Shops.*

Keywords: *Coffeeshop, consumer, characteristics, consumer visiting, regression*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis faktor karakteristik yang mempengaruhi kunjungan konsumen ke Coffe Shop di Kota Jambi. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode survey. Sampel penelitian ini diambil secara metode *accidental sampling* dimana pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alat penelitian menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan secara bersama - sama berpengaruh terhadap kujungan. Secara parsial usia dan pendidikan berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*. Dengan nilai R₂ Sebesar 0,540, artinya variabel independen mempengaruhi varibel dependen sebesar 5,40%. Sedangkan secara parsial tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan tidak berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*.

Kata kunci : *Coffe Shop, karakteristik konsumen, dan kunjungan konsumen*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kondisi geografis yang optimal untuk budidaya kopi. Perkebunan kopi di seluruh Indonesia memungkinkan hampir setiap daerah untuk membudidayakan varietas kopi premium (baik Robusta maupun Arabika), yang masing-masing memiliki profil rasa dan aroma yang berbeda, termasuk Kopi Aceh Gayo, Kopi Toraja, dan Kopi Bali Kintamani. (Primadiana Yunita, 2021). Kegiatan terakhir dalam pengolahan lahan sawah adalah panen, dengan kontribusi petani perempuan sebesar 8,11 (1,41%) dan laki-laki sebesar 8,44 (1,46%). Kontribusi laki-laki sebesar 67,44 (11,72%) untuk kegiatan usahatani padi, seperti penanaman

kembali, dengan kontribusi petani perempuan sebesar 44,19 (7,68%) dan laki-laki 65,47 (11,38%) untuk kegiatan pemupukan lahan sawah, dengan kontribusi petani perempuan sebesar 7,70 (1,33%) dan laki-laki 12,13 (72,11%). Kegiatan pengendalian gulma pada petani perempuan sebesar 5,00 (0,87%) dan laki-laki 5,28 (0,92%). Seperti yang terlihat pada tabel di atas, yang menunjukkan keseluruhan kontribusi petani perempuan, sebesar 39,96% dari total kontribusi berasal dari pekerjaan petani perempuan pada pembukaan lahan, pengolahan lahan, dan panen (Kim, et al,2016).

Kopi merupakan minuman yang sudah tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. Kopi disukai oleh berbagai kalangan. Penggemarnya tidak hanya masyarakat Indonesia, tetapi juga berbagai negara di dunia, karena kopi dikenal sebagai minuman yang memiliki efek baik bagi kesehatan masyarakat. Saat ini kedai kopi yang unik dan istimewa bermunculan di pedesaan dan perkotaan Indonesia, sehingga persaingan semakin ketat (Kim, et al,2016).

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari kopi berkualitas tinggi. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan ini. Keputusan pembelian akan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk yang tinggi, memastikan bahwa barang yang diproduksi selalu diminati dan memenuhi preferensi pelanggan (Amin et al, 2020).

Era modernisasi hiburan pada saat ini banyak dicari oleh masyarakat baik itu pekerja, pelajar, dan mahasiswa dengan tujuan untuk menghilangkan rasa lelah setelah beraktifitas setiap harinya salah satunya dengan mengunjungi kedai kopi (*Coffee Shop*). Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran untuk gaya hidup (*life style*) yang tumbuh diatas kebutuhan dan menjadi peluang bagi pelaku usaha kedai kopi seperti fungsi kedai kopi yang tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh kaum muda dan mengubah perilaku masyarakat lebih dinamis (Widya G, et al., 2022).

Data konsumsi kopi yang terus bertambah menunjukkan bahwa industri kedai kopi memiliki prospek masa depan yang cerah. Dengan menyajikan menu yang beragam, menciptakan suasana yang ramah, dan menciptakan konsep kedai kopi yang khas dan mudah diingat oleh pelanggan, para pebisnis dapat bersaing dan meraih kesuksesan di industri ini. (Zhafirah & Ariessa, 2021).

Suasana kedai kopi merupakan aspek penting dalam manajemen layanan karena suasana yang menyenangkan dapat menimbulkan rasa nyaman dan mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja. Memahami perilaku konsumen sangatlah penting karena minat beli pelanggan merupakan penentu utama keberhasilan suatu bisnis. Tingginya persaingan menjadi tantangan bagi pengusaha bagaimana mempertahankan minat beli konsumen yang berkunjung (Abdul, 2016).

Sepanjang tahun 2018 hingga 2020, jumlah kedai kopi di Kota Jambi meningkat signifikan, yakni mencapai 42,8%. Pada tahun 2018, terdapat 49 kedai kopi, tahun 2019 terdapat 84 kedai kopi, dan tahun 2020 terdapat 96 kedai kopi. (Komunitas 0741 Kopi Jambi, 2022).

Tidak hanya minat namun juga karakteristik pelanggan juga mempengaruhi terhadap gaya hidup (*life style*) dimana seseorang akan melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti berkunjung (*Coffee Shop*). Menurut penelitian Laila (2015), perilaku konsumen dan keinginan membeli memiliki hubungan yang signifikan. Perilaku konsumen merupakan faktor penting dalam menentukan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin baik perilaku konsumen, semakin tinggi pula minat pembeliannya. Sangat pesatnya pertumbuhan Kedai Kopi (*Coffee Shop*) di Kota Jambi sehingga merubah perilaku seseorang yang awalnya minum kopi di rumah kini sudah bergeser ke kedai kopi (*Coffee Shop*). Oleh karena itu sangat perlu untuk diketahui karakteristik pelanggan seperti apa sajakah yang menjadi pelanggan *Coffee Shop* di kota jambi sehingga dapat membuat pertumbuhan

yang sangat cepat pada *Coffee Shop* di Kota Jambi. Dari penjelasan diatas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Jumlah Kunjungan Ke *Coffee Shop*”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di empat *Coffee Shop* di Kota Jambi yaitu Hello Sapa *Coffee Shop*, Eleu Jambi, Forestthree Coffee telanai, dan Sayang Kawan. Pemilihan keempat tempat usaha kopi tersebut didasarkan pada jumlah pengunjung, lokasi yang strategis, dan statusnya sebagai tempat yang diminati oleh para penikmat kopi di Kota Jambi. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2024 dengan fokus pada usia, pendidikan, tempat tinggal, status pekerjaan, pendapatan responden, dan frekuensi kunjungan ke tempat usaha kopi tersebut.

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dengan menggunakan desain *Cross Sectional* di *Coffee Shop* Jambi. Selain itu, data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan penelitian terdahulu digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian yang dilakukan. Metode *Cross Sectional* digunakan untuk mengevaluasi data variabel yang diperoleh pada suatu titik waktu tertentu dalam sampel.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan *metode accidental* sampling yaitu pengambilan sampel secara tidak terencana. Strategi sampling ini dipilih karena populasi secara keseluruhan tidak pasti. Mengingat sampel yang digunakan adalah manusia, maka hal ini sejalan dengan pernyataan Winarno (2010) bahwa sampel manusia harus terdiri dari lebih dari 30 individu. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 80 individu yang dipilih dari empat *Coffe Shop* di Kota Jambi.

Regresi linier berganda, yang diawali dengan uji asumsi tradisional, merupakan alat penelitian yang digunakan untuk menjawab hipotesis dan menjelaskan masalah sekunder mengenai apakah atribut pelanggan memengaruhi kunjungan ke kedai kopi di Kota Jambi. Saat menghasilkan data, Uji Asumsi Klasik digunakan untuk memastikan bahwa hasilnya valid secara ekonometrik. Banyak asumsi ekonometrik, seperti adanya autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas dalam persamaan model regresi, harus diperiksa secara kritis. (Gujarati, 2012).

1. Untuk mengetahui apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak, digunakan uji normalitas. (Ghozali, 2012).
2. Untuk mengetahui apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel independen, uji multikolinearitas digunakan. (Ghozali, 2012).
3. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah varians residual satu observasi berbeda dengan varians residual observasi lain dalam suatu model regresi. (Ghozali, 2012)

Untuk memastikan dampak variabel independen terhadap variabel dependen dan sejauh mana pengaruhnya, persamaan regresi linier berganda digunakan, dengan menggunakan rumus seperti yang dikutip dari Sugiyono (2016) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3D_3 + b_4D_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Kunjungan (Kali/Bulan)
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅	: Koefisien regresi
X ₁	: Usia (Thn)
X ₂	: Pendidikan (Thn)
D ₃	: Tempat Tinggal, D=1 (Tinggal Kota Jambi), D=0 (Tinggal di Luar Kota Jambi)
D ₄	: Pekerjaan, D=0 (Bekerja) D=1 (Tidak Bekerja)
X ₅	: Penghasilan (Rp/Bulan)
	ε : error terms

Nilai koefisien regresi memberikan informasi yang berguna untuk analisis. Koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jika variabel bebas dinaikkan, variabel terikat juga akan naik, dan jika diturunkan, maka akan terjadi sebaliknya. Sedangkan nilai koefisien regresi bernilai negatif (-) maka menunjukkan hubungan yang berlawanan, artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan penurunan variabel dependen, demikian pula sebaliknya.

Untuk memperkirakan atau meramalkan rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, analisis regresi melihat hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen. (Ghozali, 2018).

1. Untuk menentukan apakah setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada saat yang sama, uji F digunakan. (Kuncoro, 2018).
2. Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Usaha *Coffe Shop* di Kota Jambi

Hello Sapa Coffee Jambi merupakan kafe pionir di Kota Jambi yang beralamat di Jl. Letjen Suprpto, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. Usaha ini didirikan oleh Cecep Suryana pada tahun 2018. Modal usaha kafe ini setara dengan menggadaikan rumah senilai Rp750.000.000 dan mempekerjakan 15 orang. Sapa Coffee menawarkan berbagai macam kuliner dan minuman lezat dengan harga yang terjangkau. Kafe yang nyaman ini menghadirkan suasana rumahan untuk bersantai bersama keluarga, sahabat, atau pasangan, serta menghilangkan rasa lelah setelah seharian bekerja atau belajar. Sesuai dengan slogannya, "Ngopi Santai Tepi Danau," Hello Sapa memanjakan para pelancong dengan pemandangan Danau Sipin. Lokasi ini memiliki dua alternatif: indoor dan outdoor. Area outdoor terletak di bagian samping dan belakang, didesain menyerupai anak tangga, langsung menghadap Danau Sipin. Pendekatan minimalis yang diwujudkan oleh Hellosapa selaras dengan perspektif Danau Sipin yang asri

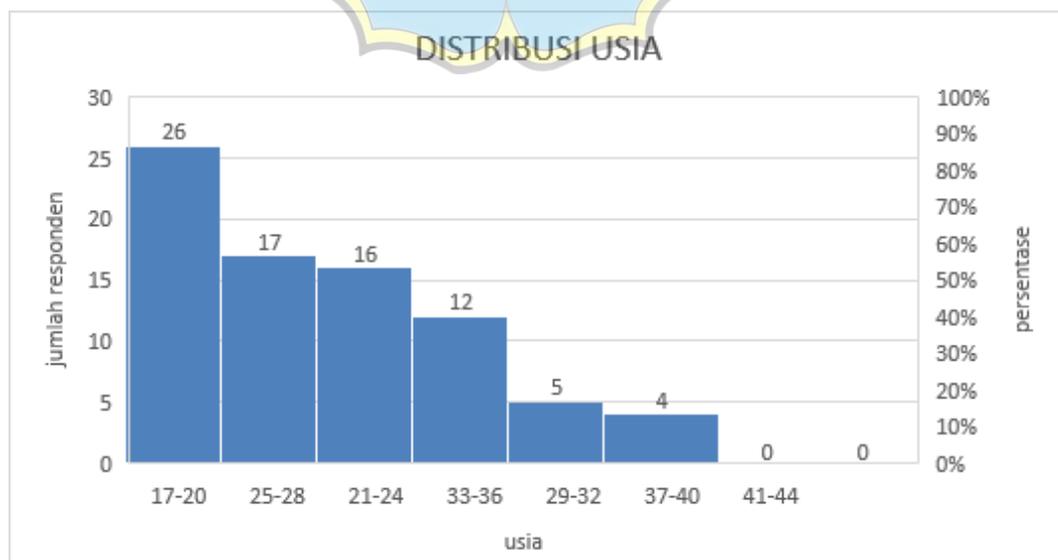
dan indah. Hello Sapa menawarkan berbagai minuman non-kopi selain kopi. Beragam pilihan sajian kuliner klasik dan kontemporer menanti untuk memanjakan lidah Anda.

Eleu Coffee Shop Jambi terletak di Kota Jambi di Sungai Putri, Kec. Telanaipura, Jambi 36124. Perusahaan ini didirikan oleh Elkana Arlen Riswan pada tahun 2016, sedangkan Eleu Jambi dimulai pada tahun 2021 dan mempekerjakan lima orang. Eleu Coffee Shop Jambi memiliki konsep abadi yang menarik bagi beragam demografi dalam hal rasa, pilihan, dan suasana.

Foresthree Coffee didirikan pada tahun 2016 di Kota Jambi oleh Haidar Wurjanto dan Ranga Wurjanto, terletak di Jln. Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. Foresthree Coffee telah muncul sebagai tujuan pilihan bagi individu yang mencari perpaduan ideal dari secangkir kopi yang lezat. Foresthree Coffee tidak hanya menawarkan kopi tetapi juga berbagai macam makanan ringan dan makanan ringan yang ideal untuk meningkatkan pengalaman bersantai Anda. Foresthree Coffee adalah ide yang dibuat dengan cermat, melayani semua penggemar kopi, baik konsumen biasa maupun yang rajin. Sayang Kawan Coffee Shop didirikan pada tahun 2020 oleh Giffary. Dimulainya Sayang Kawan Coffee Shop didorong oleh kecintaan dan antusiasme pemilik terhadap kopi. Didorong oleh hasratnya, Giffary merintis usaha sederhana yang berfokus pada penjualan kopi dalam botol standar. Sayang Kawan Coffee Shop terletak di The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi. Sayang Kawan Coffee Shop menekankan area interior yang dirancang untuk keperluan Work From Cafe (WFC). Sayang Kawan Coffee Shop menampilkan gaya dasar. Area merokok terdiri dari dua ruangan: dalam dan luar ruangan.

Karakteristik Responden Usia Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia konsumen di area penelitian biasanya berkisar antara 17 hingga 40 tahun. Data selanjutnya mengenai distribusi frekuensi usia pelanggan Coffee Shop diilustrasikan dalam gambar.



**Gambar 1
Histogram Distribusi Usia**

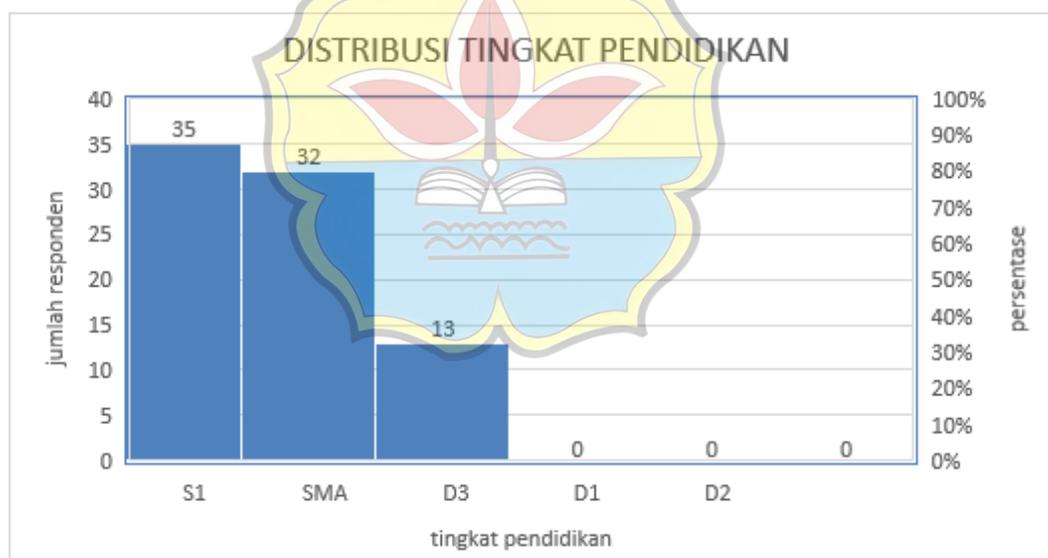
Distribusi usia responden merupakan representasi data yang dikategorikan berdasarkan usia partisipan dalam sebuah penelitian. Data ini dapat

menggambarkan tingkat kematangan mental, kegembiraan, dan aspirasi responden. Berdasarkan distribusi usia pada Gambar 1, pelanggan kedai kopi di empat tempat yang dijadikan sampel sebagian besar berasal dari kelompok usia 17-20 tahun, diikuti oleh kelompok usia 21-24 tahun. Pengelompokan usia tersebut di atas sesuai dengan usia mayoritas individu muda. Sebaliknya, kelompok usia 25-28, 29-32, 33-36, dan 37-40 merupakan kelompok terkecil di antara semua responden.

Kelompok umur tersebut merupakan kelompok umur dewasa yang cenderung berpikir rasional, dimana konsumen dalam berkunjung dan membeli kopi di *Coffe Shop* sudah memiliki pertimbangan tertentu dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan selera konsumen. Pelanggan akan membeli barang dan jasa yang berbeda tergantung pada usia mereka. Kesukaan dan preferensi yang berbeda untuk kategori produk yang berbeda juga akan muncul akibat perbedaan usia. Menurut Suryabudhi (2003), orang yang menjalani hidup normal dapat menganggap bahwa pengalaman, pengetahuan, keahlian, dan kearifan dalam pengambilan keputusan tindakan meningkat dengan usia.

Tingkat Pendidikan Konsumen

Studi ini menilai tingkat pendidikan berdasarkan tingkat pendidikan formal yang dicapai. Kognisi, penerimaan, dan eksperimen konsumen terhadap konsep baru akan dibentuk oleh tingkat pendidikan mereka. Gambar 2 di bawah ini menggambarkan distribusi konsumen menurut tingkat pendidikan formal di antara pelanggan *Coffe Shop*.

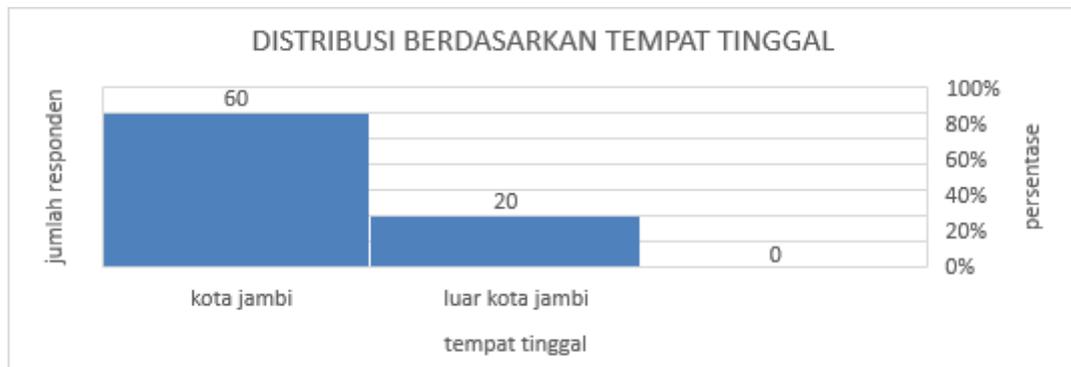


Gambar 2
Histogram Distibusi Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang tinggi membekali individu dengan pengetahuan substansial mengenai isu dan informasi keuangan. Hal ini akan meningkatkan pengambilan keputusan dalam pembelian barang. Menurut kategori tingkat pendidikan yang digambarkan pada Gambar 2, pelanggan dari empat kedai kopi yang disurvei sebagian besar terdiri dari individu dengan pendidikan 16 tahun, setara dengan gelar sarjana (S1), dan mereka yang memiliki pendidikan 12 tahun, setara dengan sekolah menengah atas (SMA). Sebaliknya, tingkat pendidikan 15 tahun atau D3 merupakan kelompok terendah di antara semua responden. Tingkat pendidikan adalah fase pembelajaran yang ditentukan oleh perkembangan siswa, tujuan yang ingin dicapai, dan keterampilan yang harus dikembangkan.

Tempat Tinggal Konsumen

Hunian adalah lokasi atau ruang fisik yang diperuntukkan bagi hunian individu atau keluarga. Grafik 3 menampilkan data dari penelitian mengenai hunian responden konsumen.

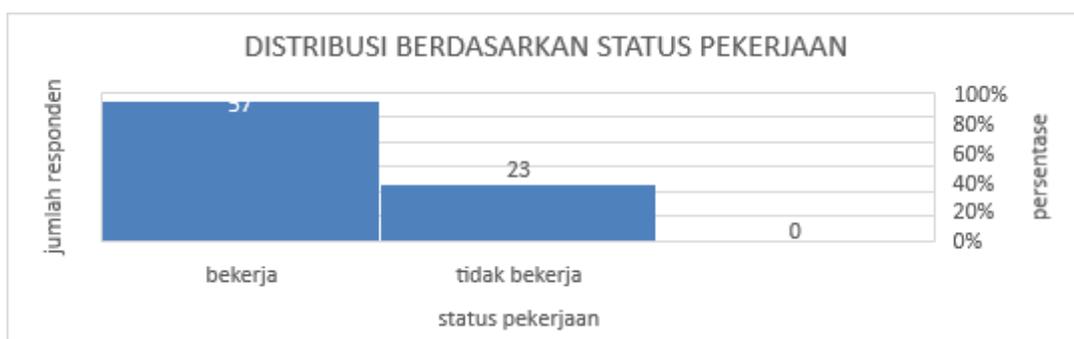


Gambar 3
Histogram Distibusi Berdasarkan Tempat Tinggal

Kedekatan tempat tinggal dengan kedai kopi dapat memengaruhi minat konsumen. Lokasi yang optimal dapat menimbulkan rasa nyaman dan ketertarikan di antara konsumen, sehingga mendorong mereka untuk berkunjung. Konsumen biasanya menilai pilihan sebelum memasuki kedai kopi. Rincian mengenai lokasi tempat tinggal dan suasana kedai kopi dapat diperoleh dari pelanggan lain atau platform media sosial tempat usaha tersebut. Gambar 3 menggambarkan lokasi tempat tinggal responden konsumen. Enam puluh responden, yang merupakan 75%, tinggal di Kota Jambi, dan dua puluh responden, yang mewakili 25%, tinggal di luar Kota Jambi.

Status Pekerjaan Konsumen

Gaya hidup konsumen—cara mereka menghabiskan waktu dan uang—sangat dipengaruhi oleh pekerjaan yang mereka lakukan. Ketika aktivitas mengharuskan keseimbangan asupan yang harus dikonsumsi, pola hidup masyarakat, khususnya di daerah perkotaan, memiliki kebutuhan yang lebih besar untuk membantu menyelesaikan risiko dan konflik. Akibatnya, masyarakat diduga membutuhkan forum atau setidaknya tempat di mana mereka dapat berkumpul dan berbagi ide, cerita, atau komentar.



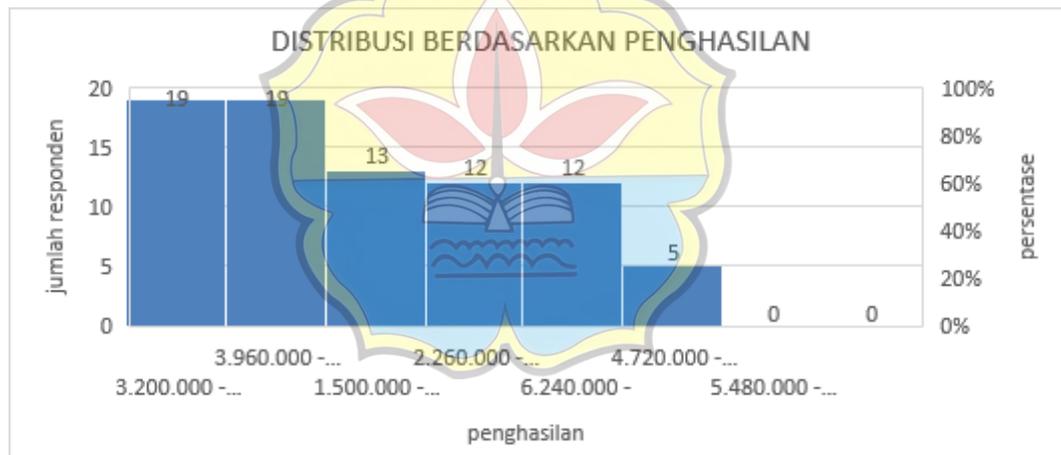
Gambar 4
Histogram Distibusi Berdasarkan Status Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 4 di atas, mayoritas konsumen berstatus bekerja (57 orang atau 71,25% dari total), sedangkan jumlah konsumen paling sedikit tidak memiliki pekerjaan (23 orang atau 28,75%). Uang yang diterima konsumen akan bergantung pada status pekerjaan mereka. Proses pengambilan keputusan dan pola konsumsi kemudian akan memperhitungkan pendapatan ini, yang akan memengaruhi daya beli pelanggan terhadap kedai kopi.

Seseorang yang memiliki pekerjaan maka peluangnya untuk berkunjung ke *Coffee Shop* akan lebih besar. Hal ini dikarenakan bagi mereka yang bekerja akan menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat ternyaman untuk berkumpul bersama teman-teman dan ada juga sebagian dari mereka yang menjadikan *coffee shop* sebagai tempat tempat yang nyaman dan produktif untuk bekerja, terutama bagi pekerja remote. Suasana tenang dan beragamnya aktivitas di *coffee shop* dapat membantu meningkatkan kreativitas dan produktivitas. Sedangkan bagi mereka yang belum bekerja mereka memperoleh uang dari uang jajan yang diberikan oleh orang tuanya.

Penghasilan Konsumen

Tingkat penghasilan yang menjadi konsumen *Coffee Shop* adalah pendapatan rata-rata yang diterima konsumen dalam satu bulan. Penghasilan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke *Coffee Shop*. Penghasilan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan ke *Coffee Shop*.



Gambar 5
Histogram Distibusi Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan Gambar 5 di atas menunjukkan bahwa penghasilan konsumen yang terbanyak sebesar 29 orang pada kelas pendapatan Rp. 3.200.000-3.959.999 dan 3.960.000-4.719.999 dengan persentase sebesar 23,75%, sedangkan konsumen yang terendah sebesar 12 orang dengan kisaran penghasilan sebesar 6.240.000-7.000.000 dan 2.260.000-3.019.999 dengan persentase 15,00%.

Pendapatan merupakan faktor penting yang memengaruhi kunjungan. Pendapatan yang tinggi dapat meningkatkan daya beli konsumen, sehingga mereka lebih cenderung akan berkunjung ke tempat yang mereka sukai. Pendapatan juga merupakan keinginan dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka daya beli mereka juga akan meningkat. Konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung memilih tempat yang memiliki fasilitas yang bagus. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan hubungan yang proporsional. Jika pendapatan konsumen rendah, maka pengeluaran konsumsi mereka juga akan rendah.

Faktor Karakteristik Yang Mempengaruhi Kunjungan ke *Coffee Shop*

Dari hasil regresi linear berganda, dapat ditulis Persamaan. Sebagai Berikut:

$$Y = 1,899 - 0,168 X_1 + 0,337 X_2 - 0,829 D_3 - 0,736 D_4 + 0,000000385 X_5 + e$$

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan:

1. Nilai tetap sebesar 1,899 menunjukkan bahwa variabel terikat kunjungan (Y) akan mempunyai nilai tetap sebesar 1,899 kali/bulan apabila variabel bebasnya yaitu umur (X1), pendidikan (X2), tempat tinggal (D3), status pekerjaan (D4), dan pendapatan (X5) bernilai nol (0).
2. Variabel usia (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -0,168, yang berarti jika usia X1 bertambah satu tahun sementara semua variabel lainnya tetap konstan, Y, atau kunjungan, akan turun sebanyak 0,168 kali per bulan. Hal ini mungkin terjadi karena mereka menghabiskan lebih banyak waktu di rumah bersama keluarga seiring bertambahnya usia karena mereka tidak memiliki stamina fisik untuk pergi ke kedai kopi.
3. Koefisien regresi variabel tingkat pendidikan (X₂) bernilai sebesar 0,337 artinya apabila variabel X₂ (tahun pendidikan) mengalami peningkatan sebesar satu tahun sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y kunjungan akan mengalami peningkatan sebesar 0,337 kali/bulan. Semakin tinggi taraf pendidikan masyarakat semakin banyak pula tuntutan dan harapan mereka sehingga orang berpendidikan tinggi cenderung merasa tidak puas dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah.
4. Koefisien regresi variabel tempat tinggal (D₃) bernilai sebesar -0,829 artinya apabila variabel D₃ (tempat tinggal) mengalami peningkatan sebesar satu tahun sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y kunjungan akan mengalami penurunan sebesar 0,829 kali/bulan. Artinya semakin jauh tempat tinggal konsumen dari *Coffee Shop* makan akan semakin jarang dia berkunjung ke *Coffee Shop*.
5. Berdasarkan koefisien regresi variabel ketenagakerjaan (D4) sebesar -0,736, variabel Y (kunjungan) akan turun sebesar 73,60% jika variabel D4 (pekerjaan, D1 = bekerja, D0 = tidak bekerja) naik sebesar 1% sementara semua variabel lainnya tetap konstan.
6. Variabel pendapatan (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 3,855, yang menunjukkan bahwa jika variabel pendapatan X5 naik sebesar 1% sementara semua faktor lainnya tetap sama, variabel Y kunjungan akan naik sebesar 3,855%. Hal ini menunjukkan seberapa sering orang-orang yang berduit mengunjungi kedai kopi, karena selain bisa menikmati *coffee*, berkunjung ke *coffee shop* menjadi tempat yang nyaman untuk mencari inspirasi, bagi orang yang bekerja, selain itu *coffee shop* juga dapat memberikan suasana yang baru dan bersosialisasi dengan teman atau keluarga.

Hasil Koefisien Determinasi R square

Tabel 1. Hasil Regresi Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.690 ^a	.540	.489	1.38867	.444	

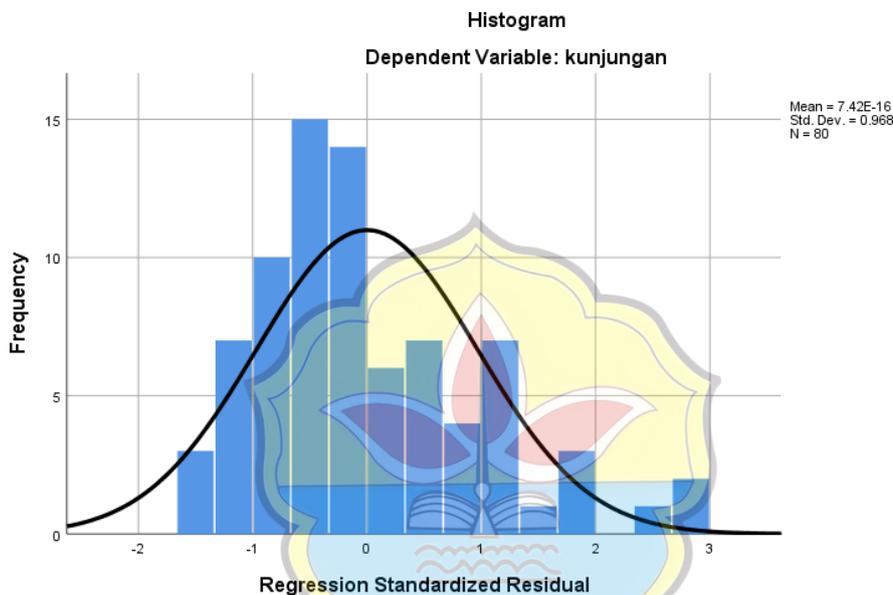
a. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia
b. Dependent Variable: kunjungan

Variabel kunjungan (Y) dipengaruhi oleh variabel X yaitu usia (X1), pendidikan (X2), tempat tinggal (D3), status pekerjaan (D4), dan pendapatan (X5) sebesar 0,540 atau 54,40%, sebagaimana dijelaskan oleh nilai R Square sebesar 0,540. Namun, faktor lain di luar variabel independen yang diteliti memiliki pengaruh terhadap sisanya sebesar 45,60%.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Umar, 2014). Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.



Gambar 6
Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas, seperti yang terlihat pada histogram yang digambarkan pada Gambar 6, menunjukkan pola distribusi condong ke kanan, yang menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas, seperti yang dinyatakan oleh Ghazali (2001), digunakan untuk menilai keberadaan hubungan linier atau korelasi yang tinggi di antara variabel independen dengan memeriksa nilai Toleransi dan VIF masing-masing variabel. Nilai Toleransi kurang dari 0,10 dan VIF lebih dari 10 menunjukkan multikolinieritas yang signifikan dalam data.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

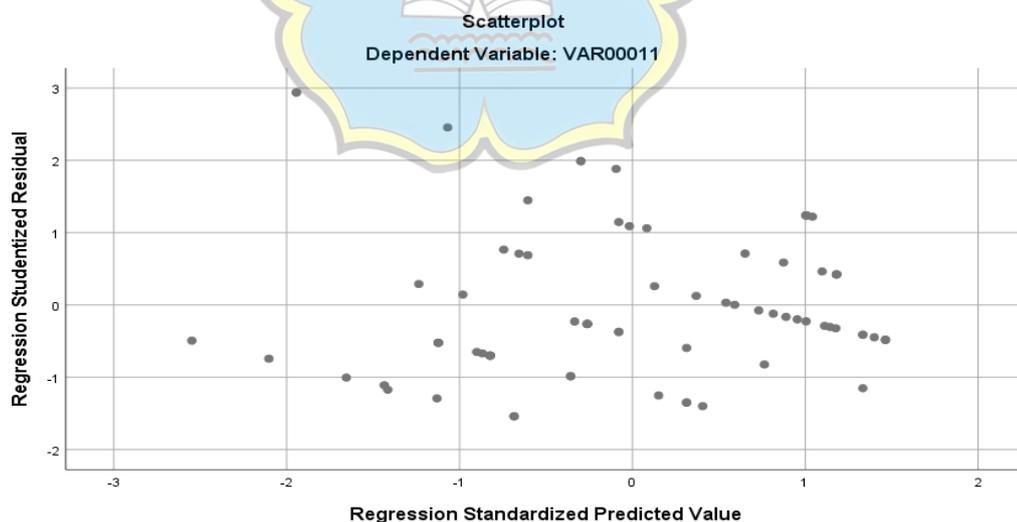
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.899	1.672		1.136	.260		
X1 Usia	-.168	.051	-.710	-3.301	.001	.222	4.509
X2 Pendidikan	.337	.117	.409	2.879	.005	.508	1.968
D3 tempat tinggal	-.829	.473	-.234	-1.752	.084	.574	1.743
D4 status pekerjaan	-.736	.538	-.218	-1.370	.175	.407	2.456
X5 Penghasilan	3.855E-7	.000	.383	1.975	.052	.273	3.669

a. Dependent Variable: kunjungan

Hasil perhitungan diperoleh nilai tolance dari seluruh variabel independen >0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak terdapat adanya indikasi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Cara yang digunakan untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* antara ZRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di *studentized*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 7
Scaterplot

Gambar 7 menggambarkan kurangnya struktur yang jelas, karena titik-titik didistribusikan secara acak baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Data dalam penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Model regresi sesuai untuk meramalkan kunjungan berdasarkan variabel independen usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan, dan pendapatan.

Hasil Uji Statistik Secara Simultan

Imam Ghozali (2010) menyatakan bahwa Uji F digunakan untuk menilai pengaruh kolektif semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.097	5	9.019	4.677	.001 ^b
	Residual	142.703	74	1.928		
	Total	187.800	79			

a. Dependent Variable: kunjungan

b. Predictors: (Constant), penghasilan, tempat tinggal, pendidikan, status pekerjaan, usia

Berdasarkan analisis SPSS, nilai Fhitung sebesar 4,667 melebihi nilai Ftabel sebesar 2,34, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa usia, pendidikan, domisili, status pekerjaan, dan pendapatan secara bersama-sama memengaruhi kunjungan terbukti valid.

Uji t (Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara terpisah. Hasil selanjutnya berkaitan dengan uji-t yang dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSSs (*Statistical Product and Service Solutions*).

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.899	1.672		1.136	.260		
	X1 Usia	-.168	.051	-.710	-3.301	.001 ^s	.222	4.509
	X2 Pendidikan	.337	.117	.409	2.879	.005 ^s	.508	1.968
	D3 tempat tinggal	-.829	.473	-.234	-1.752	.084 ^{ns}	.574	1.743
	D4 status pekerjaan	-.736	.538	-.218	-1.370	.175 ^{ns}	.407	2.456
	X5 Penghasilan	3.855E-7	.000	.383	1.975	.052 ^{ns}	.273	3.669

a. Dependent Variable: kunjungan

Tabel 4 di atas maka hasil uji parsial untuk dapat menganalisis pengaruh masing-masing variabel usia (X_1), pendidikan (X_2) tempat tinggal (D_3) status pekerjaan (D_4) dan penghasilan (X_5), Terhadap frekuensi kunjungan (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan. Variabel pendidikan (X_2) variabel penghasilan (X_5) mempunyai arah positif. Sedangkan usia (X_1), tempat tinggal (D_3) dan status pekerjaan (D_4) mempunyai arah negative. Hasil pengujian hipotesis masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Pengaruh usia (X_1) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = -0,168

Nilai t untuk uji parsial adalah -3,301, dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 ($0,001 < 0,05$). di mana $-3,301 > t$ -tabel 1,99045 adalah nilai t. Ini menunjukkan bahwa kunjungan dipengaruhi secara signifikan oleh usia. Dengan demikian, gagasan bahwa kunjungan dipengaruhi secara signifikan oleh usia diakui (H_a diterima). Artinya terdapat hubungan yang tidak searah antara usia dan kunjungan. Sehingga apabila terjadi peningkatan usia pada seseorang maka akan berpengaruh terhadap penurunan jumlah frekuensi kunjungan ke *Coffee Shop*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Hudiono (2022) yang menyatakan bahwa usia berpengaruh terhadap kunjungan, semakin tinggi usia seseorang maka jumlah kunjungan terhadap suatu tempat atau daerah tertentu akan di menurun.

- b. Pengaruh pendidikan (X_2) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = 0,337

Nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 < 0,05$) dan hasil uji parsial menunjukkan nilai t sebesar 2,879. dimana $2,879 > t$ -tabel, yaitu 1,99045. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan dipengaruhi secara signifikan oleh pendidikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pendidikan memiliki pengaruh yang besar terhadap kunjungan (H_a diterima). Artinya terdapat hubungan yang searah antara pendidikan dan kunjungan. Sehingga apabila terjadi peningkatan pendidikan pada seseorang maka akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah frekuensi kunjungan ke *Coffee Shop*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Musrifatul dan Agus (2020) yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap kunjungan, semakin tinggi pendidikan seseorang maka jumlah kunjungan terhadap suatu tempat atau daerah tertentu akan di meningkat.

- c. Pengaruh tempat tinggal (D_3) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = -0,829

Nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 ($0,084 > 0,05$), dan hasil uji parsial adalah -1,752 untuk nilai t. di mana $-1,752 < t$ tabel 1,99045 adalah nilai t. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan tidak terlalu dipengaruhi oleh tempat tinggal. Dengan demikian, hipotesis bahwa tempat tinggal memiliki dampak besar pada kunjungan ditolak (H_a ditolak). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Musrifatul dan Agus (2020) yang menyatakan bahwa tempat tinggal berpengaruh terhadap kunjungan responden. Kenyataan nya bahwa tempat tinggal tidak mempengaruhi kunjungan konsumen, Faktor yang mendorong pergerakan orang dari yang tempat tinggalnya jauh adalah keinginan untuk mencari hiburan/rekreasi yang memiliki ketersediaan fasilitas yang bagus dibandingkan yang ada di tempat tinggalnya.

- d. Pengaruh status pekerjaan (D_4) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = -0,736

Nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 ($0,175 > 0,05$), dan hasil uji parsial menunjukkan nilai t sebesar -1,370. di mana $-1,370 < t$ tabel 1,99045 adalah nilai t. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan tidak secara signifikan dipengaruhi oleh status pekerjaan. Dengan demikian, klaim bahwa kunjungan secara signifikan dipengaruhi oleh posisi kerja ditolak (H_a ditolak). Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2018) yang menyatakan bahwa pekerjaan tidak berpengaruh terhadap kunjungan. Hal ini dikarenakan orang yang bekerja dan tidak bekerja akan tetap berkunjung ke *Coffee Shop*, hal ini dikarenakan *coffee shop* menjadi tempat nongkrong favorit bagi setiap orang, selain itu *Coffee Shop* juga memiliki suasana yang nyaman, dimana para pengunjung dapat menikmati kopi dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan.

- e. Pengaruh penghasilan (X_5) terhadap kunjungan (Y) Koefisien regresi = 0,000000385

Nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 ($0,052 > 0,05$) dan hasil uji parsial adalah -1,975 untuk nilai t. di mana $-1,975 < t$ tabel 1,99045 adalah nilai t. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan tidak terlalu dipengaruhi oleh pendapatan. Dengan demikian, gagasan bahwa kunjungan secara signifikan dipengaruhi oleh pendapatan terbantahkan (H_a ditolak). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ani dan Diah (2023) yang menyatakan bahwa penghasilan tidak berpengaruh terhadap kunjungan. Hal ini dikarenakan bagi orang yang berpenghasilan tinggi dan berpenghasilan rendah mereka tetap melakukan kunjungan ke *Coffee Shop*, karena *coffee shop* adalah tempat terfavorit untuk nongkrong dan kumpul bersama teman-teman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan karakteristik konsumen terhadap kunjungan *Coffee Shop* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Hasil penelitian menyatakan bahwa usia, pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan secara bersama - sama berpengaruh terhadap kunjungan. Secara parsial usia dan pendidikan berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*. Dengan nilai R_2 Sebesar 0,540, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 5,40%. Sedangkan secara parsial tempat tinggal, pekerjaan dan penghasilan tidak berpengaruh terhadap kunjungan ke *Coffee Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Kim, W. G., Li, J. & Jeon, H. M. (2016). Make It Delightful: Customer's Experience, Satisfaction And Loyalty In Malaysian Theme Parks. *Journal Of Destination Marketing Management*, 5(1), 1–11.
- Ahass, Liliana. (2018) "Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Terhadap Minat Beli Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran)
- Ani Irvani Yatuz Zahra dan Diah Setyawati Dewanti. (2023). Analisis Permintaan Objek Wisata Tebing Breksi Kabupaten Sleman dengan Pendekatan Individual Travel Cost Method. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*. Vol. 1, No. 1
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gujarati, N. D. (2012). Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Salemba
- Musrifatul dan Agus (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengetahuan, Jarak Tempat Tinggal Dan Sikap Ibu Kepada Pelayanan Petugas Puskesmas Terhadap Frekuensi Kunjungan Ibu Ke Posyandu Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Riset Farmasi (Jrf)*. Vol 3, Nomor 2.
- Primadiana Yunita. (2021). Struktur Tata Kelola Global Value Chains Produk Kopi dalam Perdagangan Kopi Global: Studi Komparatif Kopi Indonesia dan Kopi Vietnam.

- Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(5), 821–826. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i5.299>
- Rini Hudiono (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. Vol. 5 No. 2
- Zhafirah, & Ariessa. (2021). Analisis Faktor Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pemilihan Coffeee Shop. *Prosiding Mebc 2021 Fakultas Bisnis Rewriting Business Strategies In The New Normal: Changing Crises To Opportunities.* , 1–14.



RIWAYAT HIDUP



Penulis Zulkipli Effendi dilahirkan di Jambi, tanggal 17 November 1999. Penulis anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Ishak Effendi dan Ibu Rita Hayati. Penulis memulai jenjang Pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 03/IV Kota Jambi dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Madrasah Tsanawiyah As'ad Kota Jambi, (MTS) tamat pada tahun 2015 Penulis lalu meneruskan Pendidikan Menengah Atas (MAN) Madrasah Aliyah Negeri 1 Olak Kemang Kota Jambi tamat pada tahun 2018.

Pada tahun 2020 penulis melanjutkan sekolah pada jenjang Strata Satu (S1) di Universitas Batanghari Jambi pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Penulis melaksanakan kuliah kerja nyata di Desa Sungai Baung, Kabupaten Tanjung Jabung Barat pada tahun 2023 kemudian dinyatakan lulus dari Fakultas Pertanian Universitas Batanghari Jambi pada tahun 2025 dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian (SP).

