



**PERILAKU KONSUMEN PRODUK KOPI CAFE XPRESSO DI KECAMATAN
KOTA KEFAMENANU KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA**

Fransiskus Adriadi Nali^{1*}, Boanerges Putra Sipayung², Umbu Joka³, Dira Asri Pramita⁴
Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Timor

Email : fhandynally@gmail.com

ABSTRACT

Coffee consumption in Indonesia is quite large, this is due to the people's habit that in every activity coffee is the main drink. Coffee consumption in the people of Kefamenanu City is increasing so much that coffee drinks are prioritized when entertaining guests in today's society. This research was conducted at Cafe Xpresso in Kota Kefamenanu District, North Central Timor Regency. The population in this research is the number of residents in North Central Timor Regency as consumers with a total of 239,829 people. The sampling technique in this research used a purposive sampling method of 150 respondents. The objectives of this research are to find out the factors that influence consumers' decisions in consuming coffee at Cafe Xpresso. The data analysis method used is Logistic Regression which is used to analyze coffee consumer decisions. The results of the research are based on Logistic Regression calculations using SPSS version 22 software data, it is known that the factors that have a significant influence on consumer interest in consuming coffee at Café Xpresso are age, product quality and service quality. Meanwhile, those that do not have a significant influence on consumers' decisions in consuming coffee at Café Xpresso are price, location, place design, taste, menu variations and cleanliness.

Keywords: *Consumer Behavior, Coffee Products, Logistic Regression*

ABSTRAK

Konsumsi kopi di Indonesia cukup besar, hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat bahwa dalam setiap kegiatannya kopi menjadi minuman utama. Konsumsi kopi pada masyarakat Kota Kefamenanu semakin meningkat sehingga minuman kopi menjadi prioritas ketika menjamu tamu pada masyarakat saat ini. Penelitian ini dilakukan di Cafe Xpresso Kecamatan Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk di Kabupaten Timor Tengah Utara sebagai konsumen dengan jumlah 239.829 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sebanyak 150 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi di Cafe Xpresso. Metode

analisis data yang digunakan adalah Regresi Logistik yang digunakan untuk menganalisis keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi. Hasil penelitian berdasarkan perhitungan Regresi Logistik dengan menggunakan data software SPSS versi 22 diketahui bahwa faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam mengkonsumsi kopi di Cafe Xpresso adalah usia, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi di Café Xpresso adalah harga, lokasi, desain tempat, rasa, variasi menu dan kebersihan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Produk Kopi, Regresi Logistik

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dalam persaingan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu. Seiring berjalannya waktu setiap individu konsumen memiliki perilaku yang terus berubah dan beraneka ragam. Untuk menjawab hal tersebut perusahaan pengolahan makanan dan minuman perlu melakukan pendekatan agar bisa lebih mengenal kebutuhan konsumen dan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitiannya (Hanum & Hidayat, 2017) menyatakan bahwa pemahaman akan kebutuhan konsumen dalam menjalankan suatu usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan perusahaan. Kopi merupakan produk hasil pertanian yang memiliki beragam manfaat dan kegunaan salah satunya adalah dapat dijadikan bahan minuman.

Konsumen tidak terlepas jauh dari kebutuhan akan makanan dan minuman karena itu merupakan kebutuhan dasar setiap orang dalam menjalani kelangsungan hidupnya. Dalam menentukan kebutuhan akan makanan dan minuman umumnya di ditentukan berdasarkan perilaku konsumen itu sendiri. Menurut Timmerman *et al.*, (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan ilmu mengenai pembelian (*buying unit*) atas barang dan jasa untuk dikonsumsi.

Andrean & Trisunaryanto, (2020) menjelaskan bahwa perubahan sikap masyarakat menjadi dasar keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi. Besarnya pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia mendorong munculnya *coffee shop* yang menyediakan kopi dengan tampilan atribut produk yang bervariasi. Penampilan produk dengan berbagai variasi diharapkan mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Perkembangan konsumsi kopi masyarakat Kecamatan Kota Kefamenanu umumnya terus berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan berdirinya *coffee Shop* yang menyediakan berbagai varian menu dan rasa kopi yang dapat menarik perhatian konsumen. Varian menu dan Rasa yang bervariasi dari setiap *coffee Shop* juga menjadi daya saing tersendiri sehingga perlu perhatian lebih dari setiap pengusaha *coffee Shop* untuk terus meningkatkan cita rasa dan terus melakukan varian menu yang berbeda.

Café Xpresso merupakan salah satu *Café dan Resto* yang berada di Jln. Kartini, Kefamenanu Tengah, Kecamatan Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara, yang didirikan atau awal beroperasi sejak tahun 2018. Café Xpresso juga merupakan cabang dari salah

satu Café Xpresso yang berada di Kota Atambua, Kabupaten Belu yang berdiri pada tahun 2017.

Café Xpresso juga menyediakan bahan menta kopi yang berasal dari beberapa daerah yaitu Arabika Eban, Arabika Flores Bajawa, Arabika Bali, Arabika Toraja Kalosi, Arabika Fatumnasi, Arabika Papua Wamena, Arabika Timor Lakmaras, Arabika Lintong Nihuta, Arabika Batak Mandaling dan Arabika Aceh Gayo. Selain tersedia sebagai Menu kopi Arabika ada juga Menu Varian Kopi lainnya. Dan tersedia juga Tea yang memiliki variasi menu minumannya tersendiri. Dengan tersedianya Varian Menu Kopi dari berbagai daerah dan minuman lainnya seperti Tea, maka dapat memiliki daya tarik dan daya saing tersendiri. Café Xpresso juga menyediakan berbagai menu makanan seperti restoran pada umumnya. Dan Café Xpresso juga memiliki kelebihan dalam memberikan variasi pada menu makanan dan minuman yang disediakan, sehingga hal tersebut dapat menjadi tolak ukur dan daya tarik tersendiri bagi para konsumen yang berkunjung di Café Xpresso.

Melihat perkembangan konsumsi kopi di kalangan masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara saat ini sangat meningkat, sehingga dengan adanya Café Kopi di Kabupaten Timor Tengah Utara yaitu Café Xpresso. Maka dengan adanya penelitian tentang “ Perilaku Konsumen Produk Kopi Café Xpresso Di Kecamatan Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara” dengan tujuan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi Café Xpresso di Kecamatan Kota Kefamenanu.

METODE

Penelitian ini telah dilaksanakan di Cafe Xpresso di Kecamatan Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan september sampai dengan bulan oktober 2022. Penelitian ini merupakan penelitian survei secara langsung dengan memilih jumlah masyarakat yang berada di Kabupaten Timor Tengah Utara. Banyaknya populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk di Kabupaten Timor Tengah Utara selaku konsumen dengan jumlah sebanyak 239.829 jiwa. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis *Regresi Logistik*.

Model Regresi Logistik dalam penelitian ini menganalisis keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi menggunakan analisis regresi logistik dengan *software* spss.22. Regresi Logistik digunakan untuk menganalisis keputusan konsumen dalam mengkonsumsi kopi di Café Xpresso mengikuti Juanda, (2009).

$$Y_i = (X_i) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

Model logit yang digunakan:

$$(X_i) = \ln \frac{p(X_i)}{1-p(X_i)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + e$$

HASIL DAN PEMBEHASAN

Gambaran Umum Tempat Penelitian

Cafe Xpresso merupakan salah satu Cafe yang berada di Jln. Kartini, Kefamenanu Tengah, Kecamatan Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara. Awal Café Xpresso sebelum beroperasi di Kota Kefamenanu, pemilik Cafe Xpresso mulai terinspirasi dari salah satu usahanya yaitu Jabalmart Swalayan yang memiliki banyak pengunjung, dan dilihat dari jumlah pengunjung yang begitu banyak maka pemilik usaha Jabalmart Swalayan mulai membuka salah satu usaha lagi yaitu Café Xpresso. Café Xpresso mulai beroperasi pada tahun 2018 dengan jumlah Karyawan sebanyak 10 orang hingga saat ini. Cafe Xpresso juga merupakan cabang dari salah satu Cafe Xpresso yang berada di Kota Atambua, Kabupaten Belu, yang didirikan pada tahun 2017. Adapun luas bangunan tempat usaha Cafe Xpresso yaitu: Panjang 8 meter, Lebar 6 meter, dan Tinggi 6 meter.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	16-25	48	32,00
2	26-35	64	42,67
3	36-45	30	20,00
4	46-55	8	5,33
Total		150	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa konsumen yang paling banyak berkunjung dan mengkonsumsi minuman di Cafe Xpresso yaitu usia 26-35 tahun yang berjumlah 64 orang dengan nilai presentase sebesar 42.67%, sedangkan usia yang paling sedikit mengkonsumsi minuman di Cafe Xpresso yaitu usia 46-55 tahun dengan jumlah konsumen sebesar 8 orang dengan tingkat presentase sebesar 5.33%. Hal ini menunjukkan bahwa umur berpengaruh terhadap minat responden dalam mengkonsumsi kopi di Cafe Xpresso. Hal ini didukung oleh (Humaidi *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa umur berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih produk yang digunakan.

Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Peresentasi (%)
1	Laki-Laki	99	66
2	Perempuan	51	34
Total		150	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan keterangan tabel diatas dapat menunjukkan bahwa konsumen laki-laki yang paling banyak berkunjung di Cafe Xpresso dengan jumlah sebanyak 99 orang dengan nilai presentase sebesar 66% di dibandingkan dengan konsumen perempuan. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya peminat kopi adalah laki-laki ketika dibandingkan dengan perempuan. Menurut Penora *et al.*, (2022) menyatakan bahwa peminum kopi biasanya didominasi oleh laki-laki, karena laki-laki memiliki selera dan kecenderungan yang lebih pada minuman kopi daripada perempuan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Peresentasi (%)
1	SMP	1	0,67
2	SMA	39	26
3	S1	102	68
4	S2	8	5,33
Total		150	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan konsumen yang paling banyak berkunjung yaitu yang berpendidikan S1 sebanyak 102 orang dengan nilai presentase sebesar 68%, dan yang paling rendah adalah yang berpendidikan SMP sebanyak 1 orang dengan nilai presentase sebesar 0.67%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin baik pemahaman konsumen dalam memilih dan menilai setiap produk minuman yang disediakan di Cafe Xpresso. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sihombing *et all.*, 2023) yang menyatakan bahwa pendidikan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Peresentasi (%)
1	Pegawai Negri Sipil	17	11,33
2	Pegawai BUMN	13	8,67
3	Pegawai Swasta	40	26,67
4	Pengusaha/Wirausaha	48	32
5	Pegawai BUMD	6	4
6	DOSEN	3	2
7	POLRI	6	4
8	Manajer Program	2	1,33
9	Mahasiswa	15	10
Total		150	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen yang paling sedikit berkunjung bekerja sebagai Manager Program sebanyak 2 orang dengan nilai persentase sebesar 1.33%, sedangkan yang paling banyak berkunjung di Cafe Xpresso hampir rata-rata yang bekerja sebagai Pengusaha/Wirausaha sebanyak 48 orang dengan nilai peresentase sebesar 32%. Hal ini mejelaskan bahwa Pengusaha/Wirausaha memiliki waktu luang yang lebih banyak untuk berkunjung ke Cafe Xpresso jika dibandingkan dengan pekerjaan lainnya. Hal ini didukung oleh (Herlyana, 2012) yang menjelaskan bahwa dominan pekerjaan diluar kantor atau yang tidak terikat dengan instansi pemerintah lebih sering berkunjung ke *Caffe Shoop*.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah (Orang)	Peresentasi (%)
1	0-2	115	76,67
2	3-5	35	23,33
Total		150	100

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa konsumen yang berkunjung di Caffe Xpresso rata-rata jumlah tanggungan keluarga 0-2 sebanyak 115 orang dengan nilai persentase 76.67%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin kecil jumlah tanggungan keluarga maka kebutuhan dalam keluargapun kecil. Hal ini didukung oleh (Ovin *et all.*, 2020) yang menjelaskan bahwa anggota keluarga memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen.

Pengujian Regresi Logistik Konsumsi Kopi Caffe Xpresso

Tabel 7. Uji analisis regresi logistik faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi kopi Cafe Xpresso

Variabel	Koefisien	Signifikan	Exp (B)
Usia (X1)	0.019	0.048 ^α	1.019
Harga (X2)	0.003	0.869	1.003
Kualitas Produk (X3)	-0.062	0.010 ^α	0.940
Lokasi (X4)	0.008	0.697	1.008
Desain Tempat (X5)	-0.007	0.744	0.993
Kualitas Pelayanan (X6)	0.073	0.001 ^α	1.076
Variasi Menu (X7)	-0.011	0.622	0.989
Cita Rasa (X8)	0.022	0.288	1.023
Kebersihan (X9)	-0.020	0.434	0.980
Constant	-8.221	0.112	0.000
Chi-Square		Sig	
<i>Omnibus test</i>	24,494	0,004	
<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	1,574	0,991	
<i>Nagelkerke R Square</i>		0,218	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023. Keterangan α signifikan pada $\alpha = 0,05$ (5%).

Penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi minuman kopi di Cafe Xpresso menggunakan metode analisis regresi logistik. Adapun variabel yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi minuman kopi di Cafe Xpresso antara lain Usia, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Desain Tempat, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Cita Rasa dan Kebersihan.

Uji Keباikan Model (*overall model of fit*)

Uji *Omnibus Test* dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya faktor-faktor (Usia, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Desain Tempat, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Cita Rasa, Kebersihan) berpengaruh secara nyata dalam membeli dan mengkonsumsi kopi di Café Xpresso. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-

variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan untuk mengkonsumsi kopi di Café Xpresso dan dapat disimpulkan bahwa model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model (*goodness of fit*)

Untuk menguji kelayakan model dapat dilihat dari nilai *Hosmer and Lemeshow Test*. Nilai *Hosmer and Lemeshow Test* sebesar 1,574 dengan nilai signifikan sebesar $0,991 > 0,05$ yang artinya: H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen atau variabel bebas berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen atau variabel terikat, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model ini sudah layak untuk memprediksi keputusan pelanggan untuk mengkonsumsi kopi di Café Xpresso.

Nagelkerke R Square (Model Summary)

Pada analisis ini ketepatan model dapat diukur dengan nilai Nagelkerke R Square yang akan menjelaskan kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai Nagelkerke R Square dalam model ini sebesar 0,218 (21,8%) yang dapat menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 21,8% terhadap variabel dependen dan sisanya 78,2% dapat dijelaskan oleh variabel diluar model. Hal ini mengidentifikasikan bahwa kemampuan variabel independen yaitu Usia, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Desain Tempat, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Cita Rasa, Kebersihan dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian kopi sebesar 21.8% dan sisanya merupakan variabel faktor lainnya diluar model yang tidak dijadikan variabel penelitian.

Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 4 variabel yang berpengaruh nyata (signifikan) terhadap keputusan konsumen dalam mengkonsumsi minuman kopi di Café Xpresso adalah variabel Usia, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah Harga, Lokasi, Desain Tempat, Variasi Menu, Cita Rasa dan Kebersihan. Uraian selengkapnya sebagai berikut:

Usia

Dari hasil analisis, variabel usia berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi kopi dengan nilai signifikan sebesar 0,048 lebih kecil dari taraf signifikan. Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai odds ratio usia sebesar 1,019 yang menunjukkan bahwa jika terjadi penambahan usia maka akan meningkatkan peluang konsumen dalam mengkonsumsi kopi sebesar 1,034 kali. Hal ini dikarenakan semakin bertambahnya usia akan meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi kopi. Hal ini didukung oleh (Safrida *et al.*, 2020) menjelaskan bahwa umur berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih produk yang digunakan.

Harga

Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam mengkonsumsi kopi dengan memiliki nilai signifikan sebesar 0,869 lebih besar dari taraf signifikan 0,05 dan nilai *odds ratio* sebesar 1,003. Artinya setiap ada penambahan harga akan

meningkatkan peluang konsumsi kopi sebesar 1,003 kali. Maka dapat disimpulkan bahwa harga minuman yang ditetapkan di Café Xpresso masih dapat di jangkau oleh konsumen selain itu konsumen juga lebih mengutamakan tingkat kepuasannya tersendiri terhadap suatu produk yang diminati. Hal ini didukung oleh (Hanum, 2017) yang menyatakan bahawa harga tidak lagi menjadi pertimbangan masyarakat dalam membeli dan mengkonsumsi kopi dikarenakan masyarakat lebih mengutamakan gaya hidup dan kualitas kopi. Selain itu tingkat kecanduan konsumsi kopi masyarakat yang besar sehingga peluang konsumsi akan selalu meningkat.

Kualitas Produk

Variabel kualitas produk berpengaruh juga terhadap keputusan konsumen dalam mem beli dan mengkonsumsi minuman kopi di Cafe Xpresso dengan nilai sebesar 0,010 dan nilai odds ratio sebesar 0,940. Hal ini menunjukan bahwa setiap ada penambahan kualitas produk akan menurunkan peluang konsumen dalam membeli minuman berjenis kopi sebesar 0,940 kali, dibandingkan dengan konsumen yang tidak mengkonsumsi minuman kopi di Café Xpresso. Hal ini didukung oleh (Ardani, 2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif signifikan. Jadi perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan cepat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Lokasi

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik, variabel lokasi dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi kopi di Café Xpresso dengan nilai sebesar 0,697 dan nilai odds ratio sebesar 1,008. Artinya lokasi Café Xpresso memiliki lokasi yang sangat strategis karena letaknya di pusat kota Kefamenanu dan letaknya juga tepat berada di pinggir jalan. Menurut (Huda & Farida, 2013), lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan para pegawainya akan ditempatkan. Oleh karena itu lokasi sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

Desain Tempat

Variabel desain tempat dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi minuman kopi di Café Xpresso dengan memiliki nilai signifikan sebesar 0,744 dan nilai odds ratio sebesar 0,993. Artinya bahwa desain tempat Café Xpresso dapat memberikan kenyamanan dan daya tarik hal ini ditunjukkan dengan tata letak tempat duduk yang rapi, riasan ruangan yang unik, dan pencahayaan yang bagus. Desain selalu dikaitkan dengan seni atau keindahan, dimana eksterior adalah cermin awal dari pengunjung ataupun penyewa dalam beraktivitas di sebuah pusat perbelanjaan. Desain memiliki peran yang sangat penting untuk menimbulkan kesan nyaman, baik untuk penyewa atau pengunjung dalam beraktivitas (Aini, 2014).

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis diatas variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada $\alpha = 5\%$ dimana $0,001 < 0,05$, memiliki nilai *odds ratio* sebesar 1,076. Hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan di Café Xpresso masih kurang maksimum. Hal ini sejalan dengan (Putro, 2014) yang menyatakan bahwa dengan memberikan tempat yang nyaman, bahasa

yang mudah dimengerti oleh konsumen dan bisa mengganti pesanan apabila pesanan tidak sesuai, maka akan membuat konsumen merasa puas atau sesuai dengan keinginannya sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Variasi Menu

Variabel variasi menu tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi dengan memiliki nilai signifikan sebesar 0,622 lebih besar dari taraf signifikan 0,05 dengan nilai odds ratio sebesar 0,989. Artinya bahwa Café Xpresso sudah memiliki variasi menu yang cukup banyak sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga hal tersebut mampu meningkatkan peluang keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi kopi. Hasil penelitian terdahulu menurut (Muli Junita & Hijriyantomi Suyuthie, 2023) menjelaskan bagaimana perubahan menu yang diimplementasikan dengan benar dari waktu ke waktu akan meningkatkan pengambilan keputusan konsumen.

Cita Rasa

Berdasarkan hasil analisis, variabel cita rasa memiliki nilai signifikan sebesar 0,288 dan memiliki nilai odds ratio sebesar 1,023 yang berarti bahwa variabel cita rasa tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli dalam mengonsumsi kopi di Café Xpresso. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi cita rasa minuman kopi tersebut akan menurunkan peluang konsumsi kopi di Café Xpresso sebesar 1,023 dibandingkan dengan keputusan konsumen untuk mengonsumsi kopi dengan takaran yang sesuai dengan minat konsumen. Hal ini sejalan dengan (Silvia, 2023) Cita rasa sangat berperan penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman.

Kebersihan

Variabel kebersihan tidak berpengaruh signifikan pada α 5% dimana $0,434 > 0,05$ dengan memiliki nilai odds ratio sebesar 0,980. Artinya Café Xpresso memiliki tingkat kebersihan yang cukup bagus dimana setiap konsumen setelah berkunjung tempatnya selalu dibersihkan. Menurut (Zuardi, 2016), dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai tempat, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang cukup signifikan karena pelanggan dimana pun juga memiliki keinginan yang sama dimana dalam mendapatkan kebutuhan khususnya makanan, tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Regresi Logistik diketahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam mengonsumsi kopi di Café Xpresso yaitu usia, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam mengonsumsi kopi di Café Xpresso yaitu Harga, Lokasi, Desain Tempat, Cita Rasa, Variasi Menu dan Kebersihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Mc Donald ' S Basuki Rahmat Surabaya Hikma Meladiya dan H . Setiyo Budiadi Prodi Pendidikan Tata Niaga , Jurusan Pendidikan Ekonomi , Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Andrean, O., & Trisunaryanto, L. (2020). Hubungan Faktor Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Lingkungan Dengan Keputusan Pembelian Minuman Kopi Di Pondok Kopi Umbul Sidomukti. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 545–564. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i3.3613>
- Ardani2, K. A. R. O. I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Genoveva Afoan Naif, Agustinus Nubatonis, Dira Asri Pramita, & Boanerges Putra Sipayung. (2022). Analisis Tingkat Pertumbuhan Pasar dan Pangsa Pasar Relatif Usahatani Buah Naga di Kecamatan Insana. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 3(1), 102–117. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v3i1.299>
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Hasanah, S. N., & Suyyinah. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Kuliner di Kecamatan Pakong. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam*, 6.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Huda, ahmad samsul, & Farida, I. (2013). Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko Elektronik di Pati. *Ekonomi*, 1–12.
- Humaidi, E., Unteawati, B., Lampung, P. N., Info, A., & Shop, C. (2023). *Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi di Coffee Shop*. 8(2502), 53–60.
- Juanda. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah. *Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah*, 2(1), 180–192. <https://doi.org/10.30997/jsei.v2i1.293>
- Muli Junita, & Hijriyantomi Suyuthie. (2023). Pengaruh Servicescape Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Aroma Resto And Coffee Padang. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 71–81. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i2.470>
- Ovin Putri Diana Sari, Kusnandar, K. A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Robusta Muria Siap Saji Di Kabupaten Kudus*. 8(1), 58–69.
- Penora, Y., Fauzi, D., & Dermawan, A. (2022). Perilaku Konsumen Kopi di Parewa Coffee Shop Kota Padang. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(5), 182–189. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.63>

- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Safrida, Marsudi, E., & Jannah, P. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Warung Kopi Solong Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *Jurnal Agrisep*, 21(2), 70–80. <https://doi.org/10.14111/agrisep.21.2.70-80>
- Sihombing, V. U., Fariyanti, A., & Pambudy, R. (2023). Perilaku Konsumen Kopi: Proses Keputusan dan Kepuasan Konsumen Membeli Minuman Kopi Berlabel Fair Trade. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 28(2), 181–191. <https://doi.org/10.18343/jipi.28.2.181>
- Silvia, E. L. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk My Steak Driyorejo Gresik*.
- Timmerman, V., Mandey, S., & Rate, P. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Texas Chicken Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1113–1122. [https://doi.org/10.2303-1174](https://doi.org/10.2303/1174)