

ABSTRACT

Analysis Of Consumer Preferences For Purchasing Decisions For Robusta Ground Coffee Products (Coffea Canephora) (Case Study Of Kaweku Home Industry In Sukarame Village, Talang Padang District, Tanggamus Regency)

By

NURHAYATI

Kaweku Robusta Ground Coffee is a new ground coffee product from Lampung that has a strong characteristic coffee aroma. This product requires product development efforts by analyzing consumer preferences. Consumer preference analysis is carried out by providing an assessment of the product attributes of Robusta Kaweku Ground Coffee. Product attributes in this study refer to the 4P marketing mix (product, price, place and promotion). The purpose of this study was to determine consumer preferences for purchasing decisions based on the level of importance and performance of the Kaweku Robusta Ground Coffee product attributes. Descriptive analysis and Importance Performance Analysis (IPA) were carried out to achieve these objectives. The results of this study indicate that consumer preferences for Kaweku Robusta Ground Coffee based on the results of *Importance Performance Analysis* (IPA) at the highest score performance level are the flavor attribute with a score of 475, the aroma attribute with a score of 467 and the texture attribute with a score of 413. While consumer preferences at the highest score importance level are the aroma attribute with a score of 450, the taste attribute with a score of 445 and the promotion attribute with a score of 410. Atribut yang termasuk dalam kuadran 1 (prioritas utama) yaitu promosi. Atribut yang termasuk dalam kuadran 2 (pertahankan prestasi) yaitu rasa dan aroma. Atribut yang termasuk dalam kuadran 3 (prioritas rendah) yaitu harga, merek, kemasan, dan kemudahan mendapatkan serta atribut yang termasuk dalam kuadran 4 (cenderung berlebihan) adalah tekstur.

Keyword : Ground Coffee, 4P, IPA, Cartesian

ABSTRAK

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK ROBUSTA (*COFFEA CANEPHORA*) (Studi Kasus *Home Industry* Kaweku Di Desa Sukarame, Kecamatan Talang Padang Kabupaten Tanggamus)

Oleh

NURHAYATI

Kopi Bubuk Robusta Kaweku merupakan produk kopi bubuk baru dari Lampung yang mempunyai aroma ciri khas kopi yang kuat. Produk ini membutuhkan upaya pengembangan produk dengan melakukan analisis preferensi konsumen. Analisis preferensi konsumen dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap atribut produk Kopi Bubuk Robusta Kaweku. Atribut produk pada penelitian ini mengacu pada marketing mix 4P (product, price, place and promotion). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk Kopi Bubuk Robusta Kaweku. Analisis deskriptif dan Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi Konsumen terhadap Kopi Bubuk Robusta Kaweku berdasarkan hasil *Importance Performace Analysis* (IPA) pada tingkat kinerja skor tertinggi yaitu atribut rasa dengan skor 475, atribut aroma dengan skor 467 dan atribut tekstur dengan skor 413. Sedangkan preferensi Konsumen pada tingkat kepentingan skor tertinggi yaitu atribut aroma dengan skor 450, atribut rasa dengan skor 445 dan atribut promosi dengan skor 410. Attributes included in quadrant 1 (top priority) are promotions. Attributes included in quadrant 2 (maintain achievement) are flavor and aroma. Attributes included in quadrant 3 (low priority) are price, brand, packaging, and ease of obtaining and attributes included in quadrant 4 (tend to be excessive) are texture.

Kata kunci : Kopi Bubuk, 4P, IPA, Kartesius