



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN KOPI DI KEDAI  
KOPI SEMANGAT SELAMA MASA PANDEMI  
COVID-19**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Widya Kartika

Oleh  
**Evert Fernando**  
1111.8006

**PEMBIMBING**  
**Martinus Rukismono, S.E., M.M**  
111.03.70.09.95.019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA  
2022**

## KATA PENGANTAR

Pertama kalinya, penulis panjatkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang mencurahkan kasih-Nya kepada penulis dan kepada kita semua sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini dengan baik. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Widya Kartika Surabaya.

Kedua kalinya, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak karena terselesaikannya skripsi ini berkat bantuan semua pihak. Untuk itu rasa terima kasih yang terhingga penulis sampaikan kepada:

1. Dr.Erna Ferrinadewi, S.E, M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Martinus Rukismono, SE, M.M. Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
3. Muis Murtadho, S.E., M.M. Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff Universitas Widya Kartika yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti studi.
5. Orang Tua dan ke-tiga saudari penulis yang tidak pernah berhenti untuk memberi doa dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Yonanto selaku pemilik Kedai Kopi Semangat Surabaya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Responden-responden Kedai Kopi Semangat yang sudah membantu penulis untuk membantu pengerjaan skripsi hingga tahap akhir.

Surabaya, 17 Mei 2022



Evert Fernando

## ABSTRAK

Evert Fernando

Skripsi

Analisis Perilaku Konsumen Kopi di Kedai Kopi Semangat Selama Masa Pandemi Covid-19

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan perilaku konsumen kopi di kedai Kopi Semangat selama masa pandemi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Obyek penelitian adalah kedai Kopi Semangat. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Responden penelitian terdiri dari 6 orang responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa menu favorit yang disukai oleh konsumen antara lain: es kopi mocha, es kopi vanilla, dan es kopi americano. Ketiga menu tersebut paling banyak disukai oleh responden penelitian. Pelanggan dari kedai Kopi Semangat meliputi: laki-laki dan perempuan, mulai dari remaja sampai orang tua dengan berbagai latar belakang pekerjaan. Teman adalah pihak yang potensial mempengaruhi perilaku konsumen (influencer). Sebagian besar pelanggan kedai Kopi Semangat mengunjungi kedai Kopi Semangat pada hari Sabtu atau Minggu dan sebagian besar memilih waktu malam hari. Faktor ekonomis yang mempengaruhi kunjungan ke kedai Kopi Semangat karena harga produk dan cita rasa, sedangkan faktor non ekonomis adalah keterjangkauan lokasi. Tempat di kedai Kopi Semangat dinilai tidak begitu nyaman oleh responden. Sumber informasi dari pelanggan adalah teman dan social media, dan dalam situasi covid-19 ternyata terdapat sebagian pelanggan yang tetap memilih menikmati kopi kedai Kopi Semangat di tempat dan terdapat pelanggan yang menikmatinya di rumah. Besaran pengeluaran sebagian besar pelanggan untuk setiap kali kunjungan di antara Rp 25 ribu – Rp 50 ribu. Cara pembayaran yang dipilih sebagian besar pelanggan menggunakan dompet digital.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Kopi, Kedai Kopi Semangat, 5w + 1 H: What, Who, When, Why, Where, How.

## ABSTRACT

Evert Fernando

*Thesis*

*Coffee Consumer Behaviour Analysis at Spirit Coffee Shop During Covid-19 Pandemic*

*The purpose of this study was to explain the behavior of coffee consumers at the Kopi Spirit shop during the pandemic. This research approach uses a qualitative approach. The object of research is the Spirit Coffee Shop. Data collection techniques using in-depth interviews. Research respondents consisted of 6 respondents. The data analysis technique used descriptive qualitative analysis. The findings of this study indicate that the favorite menus favored by consumers include: Mocha iced coffee, Vanilla iced coffee and americano iced coffee. The three menus were most favored by research respondents. The customers of Kopi Spirit shop include: men and women, ranging from teenagers to the elderly with various work backgrounds. Friends are parties who have the potential to influence consumer behavior (influencers). Most of the coffee shop customers visit the spirit coffee shop on saturday or sunday and most choose the evening time. Economic factors that affect visits to the Kopi Spirit shop are due to product prices and taste, while non-economic factors are location affordability. The place at the Kopi Spirit shop was considered not very comfortable by the respondents. Sources of information from customers are friends and social media, and in the covid-19 situation, it turns out that there are some customers who still choose to enjoy Kopi Spirit shop coffee on the spot and there are customers who enjoy it at home The amount of spending most customers for each visit is between Rp. 25 thousand – Rp. 50 thousand. The preferred payment method of most customers is using a digital wallet.*

*Keywords: Consumer Behaviour, Coffee, Spirit Coffee Shop, 5w + 1 H: What, Who, When, Why, Where, How*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS & PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIK.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Lingkup Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Skripsi .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.1.1 Penelitian Putri, Hasnah, Paloma, dan Yusmarni (2021) ..	8
2.1.2 Penelitian Kurniawan dan Ridlo (2017).....	9
2.1.3 Penelitian Pramelani (2020) .....	9
2.1.4 Penelitian Malini (2021).....	10
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Usaha Kafe.....	11
2.2.1.1 Pengertian Kafe .....	11
2.2.1.2 Sistem Penyajian Kafe.....	12
2.2.1.3 Jenis Kedai Kopi (Kafe).....	13
2.2.1.4 Desain Interior Kedai Kopi (Kafe).....	14
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	15
2.2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	15
2.2.2.2. Model Perilaku Konsumen .....	16
2.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.2.2.4. Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.2.2.5. Matrik Keputusan Pembelian Konsumen .....	21
2.2.2.6 Studi Perilaku Konsumen .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	25

3.1.1 Jenis Data .....	25
3.1.2 Sumber data .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel .....	26
3.3 Teknik dan Jumlah Sampling .....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5 Teknik Analisis Data .....	29
3.6 Uji Keabsahan Data .....	29
3.7 Pemanfaatan Hasil Penelitian .....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
4.1 Obyek Penelitian .....	32
4.2 Profile Responden .....	34
4.3 Tanggapan Responden Penelitian .....	35
4.3.1 Tanggapan Responden 1 .....	35
4.3.2 Tanggapan Responden 2 .....	36
4.3.3 Tanggapan Responden 3 .....	37
4.3.4 Tanggapan Responden 4 .....	39
4.3.5 Tanggapan Responden 5 .....	40
4.3.6 Tanggapan Responden 6 .....	41
4.4 Deskripsi Perilaku Pelanggan .....	43
4.4.1 Perspektif <i>What</i> .....	43
4.4.2 Perspektif <i>Who</i> .....	44
4.4.3 Perspektif <i>When</i> .....	45
4.4.4 Perspektif <i>Why</i> .....	46
4.4.5 Perspektif <i>Where</i> .....	47
4.4.6 Perspektif <i>How</i> .....	47
4.5 Triangulasi Data .....	48
4.5 Pembahasan.....	52
4.5.1 Perilaku Konsumen dari perspektif <i>What</i> .....	52
4.5.2 Perilaku Konsumen dari Perspektif <i>Who</i> .....	53
4.5.3 Perilaku Konsumen dari perspektif <i>When</i> .....	54
4.5.4 Perilaku Konsumen dari Perspektif <i>Why</i> .....	55
4.5.5 Perilaku Konsumen dari Perspektif <i>Where</i> .....	56
4.5.6 Perilaku Konsumen dari Perspektif <i>How</i> .....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN6.....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sekilas Penampilan Visual Kopi Semangat .....	2
Gambar 2.1 Komponen Desain Interior Kafe yang Nyaman.....	14
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	19
Gambar 2.5 Matrik Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
Gambar 2.6 Kerangka Penelitian .....	24
Gambar 4.1 <i>Interface</i> Kedai Kopi Semangat di Website.....	32
Gambar 4.2 <i>Interior Design</i> Kedai Kopi Semangat .....	33
Gambar 4.3 Kontak, Alamat, dan Jam Buka Kedai Kopi Semangat .....	34



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> Kategori <i>Cafe</i> Kopi Tahun 2018-2020.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Pembeli Baru Kopi Semangat Bulan April-Juni 2021 .....	4
Tabel 1.3 Jumlah Pembeli Ulang di Kopi Semangat Bulan April-Juni 2021 ..	4
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu 1 dan Penelitian Sekarang.....	8
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu 2 dan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu 3 dan Penelitian Sekarang.....	10
Tabel 2.4 Perbandingan Penelitian Terdahulu 4 dan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 4.1 Menu dan Harga di Kedai Kopi Semangat .....	33
Tabel 4.2 Profil Responden.....	34
Tabel 4.3 Triangulasi Data .....	47





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara .....	67
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Responden 1 .....	69
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Responden 2 .....	72
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Responden 3 .....	75
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Responden 4 .....	78
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Responden 5 .....	81
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Responden 6 .....	84
Lampiran 8 Dokumentasi Kedai Kopi Semangat.....	85
Daftar Riwayat Hidup .....	99
Draft Artikel Ilmiah .....	100
Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Pembimbing I .....	
Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Pembimbing II .....	

