

ABSTRAK

Perusahaan senantiasa meneliti perilaku pembeli untuk mengetahui keinginan-keinginan konsumen pada produknya. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar produknya disukai sehingga keuntungan tinggi dapat dicapai. Pada saat sekarang ini, kopi dapat diolah menjadi berbagai jenis varian rasa yang dapat dinikmati. Adanya fenomena ini memunculkan ide bagi para kelompok tani ataupun koperasi di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember untuk memproduksi kopi dengan cita rasa khas kopi Ketakasi yang dikemas dengan berbagai desain. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi (1) persepsi konsumen terhadap cita rasa kopi Ketakasi (2) persepsi konsumen terhadap harga kopi Ketakasi (3) persepsi konsumen terhadap desain kemasan kopi Ketakasi (4) menganalisis hubungan cita rasa, harga dan desain kemasan dengan minat beli konsumen kopi Ketakasi. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan secara purposive method pada konsumen kopi robusta ketakasi. Sampel peneliti berjumlah 33 konsumen berdasarkan perhitungan rumus Taro Yamane. Hasil penelitian menunjukkan (1) kopi robusta Ketakasi memiliki aroma yang kuat, aftertaste yang kuat, dan cita rasa yang enak (2) harga kopi Ketakasi kemasan kaleng terjangkau, harga sesuai dengan kualitas produk dan bersaing dengan produk sejenis (3) desain kemasan kopi robusta. Kertalasi menampilkan kemasan yang menarik dan informasi produk yang jelas (4) hubungan cita rasa, harga dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen kopi Ketakasi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember adalah cita rasa mempunyai kolerasi yang cukup namun tidak signifikan, harga mempunyai korelasi yang cukup dan signifikan, serta desain kemasan mempunyai korelasi yang sangat lemah namun tidak signifikan.

Kata kunci: konsumen kopi, kopi ketakasi, perilaku konsumen.

ABSTRACT

The company continuously researches buyer behavior to understand consumer desires for its products. This is done to enhance consumer satisfaction so that the products are liked and high profits can be achieved. Currently, coffee can be processed into various flavor variants that can be enjoyed. This phenomenon has inspired farmer groups or cooperatives in Sidomulyo Village, Silo District, Jember Regency to produce coffee with the distinctive flavor of Ketakasi coffee, packaged in various designs. The purpose of the research is to identify (1) consumer perceptions of the taste of Ketakasi coffee, (2) consumer perceptions of the price of Ketakasi coffee, (3) consumer perceptions of the packaging design of Ketakasi coffee, and (4) analyze the relationship between taste, price, and packaging design with consumer purchase intention for Ketakasi coffee. The research method uses a qualitative descriptive method conducted using a purposive method on Ketakasi robusta coffee consumers. The research sample consists of 33 consumers based on the Taro Yamane formula. The results of the research show that (1) Ketakasi robusta coffee has a strong aroma, strong aftertaste, and a delicious taste, (2) the price of canned Ketakasi coffee is affordable, the price matches the product quality, and it is competitive with similar products, (3) the packaging design of Ketakasi robusta coffee is attractive and provides clear product information, (4) the relationship between taste, price, and packaging design with consumer purchase intention for Ketakasi coffee in Sidomulyo Village, Silo District, Jember Regency is that taste has a sufficient but not significant correlation, price has a sufficient and significant correlation, and packaging design has a very weak but not significant correlation.

Keywords: coffee consumers, consumer behavior, ketakasi coffee.