

RINGKASAN

Perilaku Konsumen *Coffee Shop* Di Kabupaten Sumenep. Achmad Purwanto Hadi Kusuma, 717310904; 2021: 87 halaman; Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja.

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya para remaja dan orang tua. Dewasa ini konsumsi kopi di masyarakat mulai menjamur dan sudah menjadi *trend*. Pelaku usaha kedai kopi (*Coffe Shop*) harusnya bisa memenangkan persaingan antar kedai kopi (*Coffe Shop*) agar tetap eksis dan tetap memberikan pelayanan terbaiknya. Salah satu caranya pelaku usaha kedai kopi (*Coffe Shop*) yang cerdas akan mencoba memahami bagaimana perilaku konsumen. Banyaknya *Coffe Shop* atau kedai kopi yang berada di kabupaten Sumenep memberikan persaingan antar *Coffe Shop* di Sumenep menjadi semakin ketat. Munculnya persaingan baru menyebabkan naik turunnya omset penjualan, sehingga pembisnis *coffee shop* tidak hanya mampu menjual produknya, akan tetapi harus berinovasi, kreatif dan mampu membaca kebutuhan konsumen dan bisa bersaing dengan *coffee shop* yang lain.

Tujuan Penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam mengunjungi *coffee shop* di Kabupaten Sumenep. Penentuan Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu di *coffee shop* yang tersebar di tengah kota Sumenep dengan pertimbangan bahwa *coffee shop* yang ada di tengah kota Sumenep tidak pernah sepi pengunjung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu semua populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dengan kata lain tidak semua anggota populasi berpeluang untuk dijadikan sampel, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *paul Leedy* sehingga didapat 100 sampel yang tersebar di 10 *coffee shop* dan analisis datanya menggunakan analisis faktor PCA (*Principal Componant Analysis*).

Hasil analisis faktor dengan *principal component analiys* dari 22 variabel didapat 6 variabel yang dijadikan faktor – faktor perilaku konsumen *coffee shop* di Kabupaten Sumenep. Yaitu Motivasi, Psikologis, Pekerjaan, Gaya Hidup, Budaya dan Sosial.