

## RINGKASAN

**RISTANTI AYU DIAN PERMATASARI. 105040101111025.** Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Kopi Coffee Toffee. Studi Kasus di Coffee Toffee Cabang Rungkut (Kota Surabaya, Jawa Timur). Di bawah bimbingan Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS. Sebagai Pembimbing Utama dan Wisynu Ari Gutama, SP., MMA. Sebagai Pembimbing Pendamping.

Di Indonesia perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional. Kopi merupakan salah satu komoditi andalan perkebunan yang mempunyai peran sebagai penghasil devisa negara terbesar di Indonesia, baik dari segi sumber pendapatan bagi petani, pencipta lapangan kerja, pendorong agribisnis dan juga sebagai agroindustri serta pengembangan wilayah. Salah satunya adalah PT. Coffee Toffee Indonesia misalnya, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan minuman olahan kopi di Surabaya. Perusahaan tersebut mengangkat kopi lokal Indonesia sebagai bahan baku. Hal ini dikarenakan kopi lokal memiliki cita rasa dan aroma yang khas serta agar masyarakat lebih mengenal produk kopi lokal. Perusahaan tersebut memiliki lebih dari 100 gerai sebagai ritel dengan nama Coffee Toffee Specialty yang tersebar di seluruh Indonesia. Konsep pemasaran sebagaimana besar gerai-gerai tersebut adalah pola franchise namun 3 gerai yang berlokasi di Surabaya merupakan own store (gerai milik perusahaan).

Sikap dan perilaku konsumen dalam membeli produk kopi Coffee Toffee tidak lepas dari beberapa atribut yang melekat pada produk, hal ini sangat penting dipertimbangkan oleh produsen khususnya untuk semakin meningkatkan strategi pemasarannya dalam penjualan kopi Coffee Toffee baik dari segi rasa, harga, aroma dan kualitas produk. Oleh karena itu pada penelitian ini akan dikaji bagaimanakah sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk yang melekat pada produk kopi Coffee Toffee. Oleh karena itu perlu dilakukan analisa perilaku pembelian seseorang, jika diukur keinginannya untuk bertindak dengan menggunakan teori sikap konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis atribut produk apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk kopi Coffee Toffee, (2) Untuk menganalisis sikap konsumen dalam keputusan pembelian kopi Coffee Toffee.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja yaitu di Coffee Toffee cabang Rungkut, kota Surabaya, Jawa Timur. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan metode *non-probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif dengan metode Cochran Q Test, Uji Reliabilitas, Uji Validitas, dan Analisis Model Sikap (Multiciri Fishbien).

Hasil dari penelitian ini adalah tujuh atribut produk yang sudah ditentukan hanya enam atribut yang terpilih dalam pengujian Cochran Q Test yang terdiri dari rasa, aroma, varian ukuran, sertifikasi halal, merk dan harga. Dan untuk sikap konsumen dalam pembelian kopi Coffee Toffee melalui aplikasi Model Sikap Multiciri Fishbien menunjukkan bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap produk kopi Coffee Toffee adalah “negatif” yang menunjukkan bahwa kesadaran konsumen atas atribut tergolong tinggi namun ketertarikan konsumen terhadap produk kopi Coffee Toffee terbilang cukup rendah.