

SKRIPSI
HUBUNGAN KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI
DI KOPI SANTAI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan D IV

DISUSUN OLEH:
MUCH THAREQ KARTIKO ADI BAWONO
315100810

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

2022

**HUBUNGAN KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI
DI KOPI SANTAI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan D IV**

**DISUSUN OLEH:
MUCH THAREQ KARTIKO ADI BAWONO
315100810**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN
HUBUNGAN KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI
DI KOPI SANTAI



Disusun Oleh :

MUCH THAREQ KARTIKO ABI BAWONO
315100810

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Santosa, MM

NIDN. 0519045901

Pembimbing II

Dra. Heni Suslowati, MM

NIDN. 0505026202

Mengetahui
Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Si, MM

NIDN. 0516057102

**BERITA ACARA UJIAN
HUBUNGAN KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI
DI KOPI SANTAI**

**Disusun Oleh :
MUCH THAREQ KARTIKO ADI BAWONO
NIM : 315100810**

Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan LULUS.

Pada tanggal: 15 Juni 2022

**Penguji : Dr. Sarvani, M. Si
NIDN. 0517066001**

(Sarvani)

**Pembimbing I : Drs. Santosa, MM
NIDN. 0519045901**

(Santosa)

**Pembimbing II : Dra. Heni Susilowati, MM
NIDN.0505026202**

(Heni)

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pertiwisa AMPTA Yogyakarta



**Drs. Priyanto, MM
NIDN. 0526125901**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Much Thareq Kartiko Adi Bawono
NIM : 315100810
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Judul Tugas Akhir : Hubungan Kualitas Kopi Dengan Minat Beli di
Kopi Santai Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini adalah hasil karya saya berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran dari saya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 15 Juni 2022



Much Thareq Kartiko Adi Bawono

MOTTO

“Ketika kamu sedang menyerah dengan dirimu sendiri, saat itulah tuhan tidak pernah menyerah dengan dirimu”

(Pandji Pragiwaksono)

“Orang yang bias dikalahkan oleh moodnya adalah orang yang pada akhirnya akan gagal, karena dengan diri sendiri aja masih kalah bagaimana dengan kerasnya kehidupan”

(Pandji Pragiwaksono)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah apa yang ada pada dirinya”

(Q.S. Ar-Ra'd:11)

“Hidup itu seperti pagelaran wayang, dimana kamu menjadi dalang atas naskah yang dituliskan Tuhan”

(Sujiwo Tejo)

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan, terus baerkarya dan bekerjalah yang membuat kita berharga”

(KH. Abdurahman Wahid)

PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT. Karena berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti bias menyelesaikan karya tulis ini yang dipersembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu saya yang sudah bekerja keras dalam mendidik dan membiayai saya agar dapat menyelesaikan studi saya.
2. Pakde dan Bude Sentot yang sudah mendidik saya dan membesarkan saya dengan baik
3. Adik dan seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat dan doanya.
4. Teman-teman saya yang sudah selalu memarahi saya untuk segera menyelesaikan studi saya agar dapat nongkrong kembali.
5. Bapak nur yang sudah membantu dalam mencari dosen dan menyemangati agar dapat menyelesaikan studi dengan petuahnya.
6. Semua pihak yang tidak bias disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Skripsi dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan masa perkuliahan dengan judul “Hubungan Kualitas Kopi dengan Minat Beli di Kopi Santai” dapat disusun sesuai harapan. Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Oleh sebab itu peneliti ingin memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan baik secara langsung ataupun tidak dalam mewujudkan skripsi ini. Berkenaan dengan hal tersebut ucapan terimakasih secara tulus ikhlas peneliti ucapkan kepada:

1. Drs.Santosa, MM selaku pembimbing utama yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini.
2. Dra. Heni Susilowati, MM selaku pembimbing pendamping yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini.
3. Dr.Saryani, M,Si selaku penguji utama yang telah menguji kelayakan skripsi yang dibuat.
4. Drs. Prihatno, MM, selaku ketua sekolah tinggi pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Hemawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.Mpar, selaku ketua jurusan program studi perhotelan sekolah tinggi pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Jhonatan Chandra selaku *manager* di Kopi Santai .

Akhirnya, semoga segala hantuan yang telah berikan semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapat balasan dari Allah SWT dan Skripsi ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.



Yogyakarta, 15 Juni 2022

Much Thareq Kartiko Aci Bawono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
BERITA ACARA UJIAN.....	III
MOTTO.....	IV
PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
ABSTRAK.....	XI
BAB I.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Peneltian.....	6
E. Manfaat Peneltian.....	6
BAB II.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Kualitas.....	7
2. Sejarah Kopi.....	7
3. Jenis-Jenis Kopi.....	9
4. Pengolahan Kopi.....	13
5. Pengolahan Kopi Menjadi Siap Konsumsi.....	17

6.	Pengolahan Kopi Siap Konsumsi Menjadi Minuman	19
7.	Standart Kopi Yang Berkualitas	22
8.	Kualitas Minuman Kopi	25
9.	Pengertian Produk	26
10.	Definisi Kualitas Produk.....	27
11.	Definisi <i>Coffeeshop</i>	28
12.	Pengertian Minat Beli	28
B.	Peneltian Terdahulu	31
C.	Hipotesis.....	32
D.	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III.....		32
A.	Jenis Peneltian.....	32
B.	Lokasi dan Waktu Peneltian.....	32
C.	Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sample	32
D.	Variable Peneltian, pengukuran Indikator Variabel dan Sumber Data	33
E.	Metode Pengumpulan Data	36
F.	Instumen Peneltian.....	38
G.	Uji Kelayakan Instrumen	38
H.	Metode Analisis Data.....	39
BAB IV		44
BAB V.....		52
Daftar Pustaka		53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner peneltian

LAMPIRAN II Hasil wawancara

ABSTRAK

Pariwisata Indonesia saat ini telah berkembang menjadi industri yang memiliki peran penting dalam perekonomian di kota Yogyakarta. Terutama industri kuliner yang berkembang salah satunya *coffeeshop*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *coffeeshop* di Yogyakarta yang semakin banyak. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan penelitian yang ditulis menjadi skripsi yang berjudul "Hubungan Kualitas Kopi dengan Minat Beli di Kopi Santai".

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yang bersifat kuantitatif dimana jenis penelitian ini dilakukan pada populasi besar ataupun kecil dengan kuesioner yang pertanyaannya mengenai apakah kualitas kopi berpengaruh terhadap minat beli di Kopi Santai. Sumber informasi diperoleh dari manager operasional dan 30 peserta atau pelanggan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah melalui kuesioner dan wawancara

Kualitas kopi memiliki hubungan yang signifikan dengan minat beli di Kopi Santai. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian analisis korelasi Pearson Correlation menunjukkan bahwa terdapat nilai koefisien sebesar $r = 0,618$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0,05$). Tingkat *acidity* memiliki hubungan yang signifikan dengan minat beli di Kopi Santai Hasil pengujian analisis korelasi Pearson Correlation menunjukkan bahwa terdapat nilai koefisien sebesar $r = 0,494$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.006 ($0.006 < 0,05$). Aroma kopi memiliki hubungan yang signifikan dengan minat beli di Kopi Santai Hasil pengujian analisis korelasi Pearson Correlation menunjukkan bahwa terdapat nilai koefisien sebesar $0,682$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0,05$). Tingkat *body* memiliki hubungan yang signifikan dengan minat beli di Kopi Santai Hasil pengujian analisis korelasi Pearson Correlation menunjukkan bahwa terdapat nilai koefisien sebesar $0,429$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.018 ($0.018 < 0,05$).

Kata kunci: Kualitas Kopi, Tingkat *Acidity*, Aroma Kopi, Tingkat *Body*, Minat Beli

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan pariwisata Indonesia pada saat ini telah berkembang menjadi industri yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara maupun daerah, khususnya di kota Yogyakarta. Disamping itu, Yogyakarta saat ini sudah menjadi destinasi utama dari para wisatawan dalam negeri maupun luar negeri karena keberagaman budaya dan kulinernya yang bermacam-macam. Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah "Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha". Semakin berkembangnya pariwisata di suatu daerah maka berkembang juga wisata kuliner setempat baik makanan atau minuman untuk memenuhi kebutuhan wisatawan di daerah tersebut.

Penyajian makanan dan minuman dalam restoran ataupun warung yang berada dipinggir jalan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dan berperan sangat penting untuk perkembangan dalam bidang wisata kuliner. Yogyakarta sebagai kota wisata dan juga menjadi kota pelajar yang banyak sekali kedatangan anak muda yang berasal dari seluruh indonesia untuk menuntut ilmu atau sekedar berlibur di kota yang terkenal akan kopi jos dan juga angkringannya. Hal inilah yang dimanfaatkan para pengusaha untuk mendirikan berbagai jenis usaha sebagai target pemasaran yang strategis. Di Yogyakarta sendiri wisata kuliner dari waktu ke waktu makin berkembang, seiring banyaknya wisatawan yang datang

untuk menikmati ke khasan makanan dan minuman yang tersedia di Yogyakarta. Beberapa tahun ini restaurant informal di Yogyakarta sedang berkembang sangat cepat, terutama *coffeeshop* yang sudah menjamur di beberapa daerah di Yogyakarta.

Coffeeshop atau warung kopi atau kedai kopi dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karya Poerwadarminta yang berarti sebuah tempat yang menjual kopi dan beberapa jenis minuman lainnya, serta makanan kecil dengan harga yang relatif murah. Perbedaan *coffeeshop* dan kedai kopi yaitu kedai kopi cenderung dengan tampilan tempatnya yang lebih sederhana dan ‘merakyat’ serta lebih friendly. Hal ini dapat dilihat dari tempat yang digunakan lebih sederhana dengan tanpa adanya tambahan furniture yang mencolok dan terkesan mewah. Serta dapat dikatakan dengan merakyat karena harga tiap cangkirknya sangat murah, namun cita rasa kopinya juga dapat bersaing dengan kopi yang disajikan di kafe-kafe terkenal. Kedai kopi dapat pula dijadikan sebagai tempat bertemu atau bersua dengan teman dalam suasana yang lebih hangat dan berbaur dengan pengunjung lainnya. Sehingga, sering kali teman baru di dapatkan dari pertemuan yang ada di kedai kopi. sehingga banyak cerita yang dapat dibagikan dan ada banyak canda serta tawa yang dikeluarkan dengan lepas tanpa takut membuat orang lain merasa terganggu.

Sedangkan *coffeeshop* lebih kepada tempat yang cenderung terlihat sebagai tempat yang bergengsi dengan interior dan eksteriornya yang mengagumkan. Sehingga *coffeeshop* menjadi pilihan utama bagi para kalangan yang ingin menikmati kopi dengan fasilitas yang benar-benar bagus, tempat yang memiliki nama atau sudah dikenal secara umum, dan bagi yang ingin menikmati kopi dalam ketenangan, maka *coffeeshop* merupakan pilihan yang tepat. Pada dasarnya,

coffeeshop juga selalu dijadikan tempat nongkrong bersama teman, terutama bagi para mahasiswa maupun pekerja kantoran.

Kopi yang dulunya hanya orang tua yang menyukainya sekarang minuman ini sangat digandrungi oleh anak muda. Kopi yang terkenal akan rasanya yang pahit atau asam pada beberapa tahun ini sudah mengalami banyak sekali perubahan. Bukan hanya kopi tubruk atau kopi hitam biasa, sekarang sudah banyak kopi yang menggunakan perasa lainnya seperti hazelnut, caramel, keju dan yang paling unik sekarang ada kopi susu menggunakan kecap manis sebagai bahan tambahannya. Bukan hanya tentang rasa dan aroma dari kopi yang unik tapi juga dengan tempat yang nyaman dan unik untuk menarik banyak minat masyarakat agar datang dan mencoba menu yang sudah dihadirkan di tempat tersebut.

Biji kopi sendiri tidak hanya memiliki 2 jenis namun mempunyai beberapa jenis diantaranya yang paling terkenal mempunyai nilai ekonomis dan diperdagangkan secara komersil yaitu kopi Robusta dan Arabika, sementara itu ada juga kopi Liberika dan kopi Ekselsa yang masih kurang dikenal oleh penikmat kopi. Kopi Arabika sendiri mempunyai rasa yang lebih kompleks dan memiliki kadar kafein yang lebih rendah dari kopi Robusta yang membuat kopi arabika lebih banyak diminati oleh penikmat kopi.

Kualitas kopi sendiri merupakan suatu hal yang terpenting dalam suatu usaha *coffeeshop*, karena kualitas kopi menjadi tolak ukur rasa dalam secangkir kopi yang nantinya akan dikonsumsi oleh penikmat kopi. Kepedulian terhadap kualitas kopi akan berdampak langsung terhadap loyalitas pembeli yang datang

bahkan tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan terlibat langsung dalam mempromosikan kepada orang lain untuk berkunjung ke *coffeeshop* tersebut

Minat beli merupakan suatu hal yang berhubungan dengan rencana pengunjung untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk tertentu demikian halnya dengan suatu *coffeeshop* dalam menciptakan hubungan baik dengan pelanggannya sehingga selain mampu menciptakan minat pengunjung juga mampu menciptakan loyalitas bagi para pelanggan bahkan tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan terlibat dalam mempromosikan kepada orang lain untuk berkunjung ke *coffeeshop* tersebut adapun salah satunya yaitu Kopi Santai di Yogyakarta.

Kopi Santai memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas kopi cukup baik yang membuat itu menjadi pembeda dengan *coffeeshop* lain di Yogyakarta. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan cita rasa yang berkualitas dan memiliki cita rasa yang berbeda dibanding *coffeeshop* lainnya. Melalui pemilihan biji kopi yang baik tersebut menjadikan Kopi Santai saat ini memiliki jumlah kunjungan yang meningkat, oleh karena itu peneliti membuat penelitian yang berjudul “HUBUNGAN KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI DI KOPI SANTAI”.

B. Rumusan Masalah

Penting bagi sebuah *Coffeeshop* untuk mengetahui kualitas produknya agar para pelanggan mendapatkan cita rasa yang terbaik dari produk yang dijual. Dari kualitas kopi yang diperhatikan akan menambah minat beli dari pembeli, sehingga para pembeli akan merasa puas dengan produk yang dijual.

Para penikmat kopi tidak hanya melihat dari kualitas pelayanan ataupun kenyamanan tempat di sebuah *Coffeeshop*, mereka juga mencari kualitas dari kopi yang diperhatikan oleh *Coffeeshop* tersebut sehingga para penikmat kopi mendapatkan rasa kopi yang berkualitas. Menurut Eris Susandi dalam bukunya *Coffee Roasting* (2019:30) kualitas kopi terdiri dari aroma, bentuk, warna, ukuran, kadar air, *density* (massa jenis) dan mutu cacat.

Berdasarkan masalah diatas maka fokus masalah dalam peneltian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan antara kualitas kopi dengan minat beli minuman kopi?
2. Apakah ada hubungan yang signifikan antara tingkat *acidity* dengan minat beli?
3. Apakah ada hubungan yang signifikan antara aroma kopi dengan minat beli?
4. Apakah ada hubungan yang signifikan antara tingkat body dengan minat beli?

C. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang ingin di sampaikan menjadi 3 masalah agar masalah yang ingin di disampaikan tidak terlalu melebar dan menjadi tidak fokus, 3 batasan masalah tersebut adalah:

1. Peneltian akan dilakukan di Kopi Santai.
2. Permasalahan yang akan dibahas mengenai kualitas kopi dengan minat beli konsumen.
3. Yang menjadi objek dalam peneltian ini adalah Manajer, Barista dan konsumen yang berkunjung ke Kopi Santai.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas kopi dengan minat beli minuman kopi.
2. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat acidity dengan minat beli.
3. Untuk mengetahui hubungan antara aroma kopi dengan minat beli.
4. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat body dengan minat beli.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian tersebut adalah:

1. Bagi Kopi Santai

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan kepada manajemen *coffeeshop* dalam merencanakan penggunaan biji kopi yang tepat dan lebih baik sehingga rasa dan kualitas kopi menjadi lebih baik serta dapat meningkatkan minat beli terhadap kopi tersebut.

2. Bagi STP AMPTA

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan bacaan untuk menambah pengetahuan mengenai kualitas produk.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai pembelajaran terhadap kualitas produk dan juga sebagai penambah pengalaman yang baru bagi peneliti.