

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi Generasi Z dalam wisata tematik kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terdiri dari beberapa pilihan preferensi dari konsep kegiatan wisata *Something to See*, *Something to Do*, dan *Something to Buy*.

Hal ini sejalan dengan keinginan dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno, untuk menjadikan kopi menjadi salah satu *trademark* wisata di Indonesia melihat maraknya pembukaan *coffee shop* di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sesuai dengan data-data yang telah dikumpulkan dan diolah, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan-pernyataan preferensi *Something to See*, hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi yang tinggi untuk melihat pemandangan perkebunan kopi, melihat petani merawat perkebunan, melihat proses pasca panen, hingga melihat barista meracik segelas kopi. Hasil ini dibuktikan dengan keempat pernyataan dipilih dengan pilihan sangat setuju.
2. Pada pengumpulan data untuk preferensi *Something to Do*, hasil menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi untuk berbincang

dengan petani kopi, memetik biji kopi sendiri, belajar membuat kopi, dan berbincang dengan barista di kedai kopi. Hal ini dibuktikan dari hasil pilihan preferensi tertinggi yaitu sangat setuju dan setuju.

3. Pada pernyataan-pernyataan di *Something to Buy*, hasil menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi untuk membeli kopi siap minum di kedai kopi, membeli kopi untuk diseduh sendiri di rumah, membeli kopi sebagai buah tangan, dan membeli merchandise dari kedai kopi. Hal ini dibuktikan dengan pilihan tertinggi yang dipilih oleh responden adalah setuju.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk menjadikan wisata tematik kopi sebagai trademark wisata di Indonesia, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Membuat konsep perjalanan wisata tematik kopi yang sesuai dengan preferensi yang dimiliki oleh Generasi Z sebagai populasi terbanyak di Indonesia dan memiliki gaya hidup atau tren untuk *nongkrong* di kedai kopi.
2. Meningkatkan dalam promosi wisata kopi kepada masyarakat sehingga informasi mengenai wisata ini bisa sampai ke seluruh lapisan masyarakat terutama anak muda yang memiliki usia produktif.
3. Mengadakan kerjasama antara kedai-kedai kopi dan penyelenggara tur wisata tematik kopi di Yogyakarta sehingga akan tercipta alur perjalanan yang saling terintegrasi diantara pelaku industri kopi dan industri pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, F., Aisyianita, R. A., & Hastuti, S. D. S. (2018). Potensi Birdwatching sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo. *Media Wisata*, 16(2), Article 2. <https://doi.org/10.36276/mws.v16i2.277>
- Ainun, A. M., & Setiawardani, M. (2019). Servicescape dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Konsumen Eduplex Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v5i2.1624>
- Apriyana, M., & Hasbi, S. (2020). Preferensi Koperasi Dalam Melakukan Konversi Menjadi Koperasi Syariah: Studi Kasus Pada Koperasi di Wilayah Bogor. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.47700/jiefes.v1i2.2115>
- Arifin, Z. (2017). Perubahan Perkembangan Perilaku Manusia Karena Belajar.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html> diakses 19 Maret 2023.
- Bryman, H. (2023). *New Home Coffee Brewers at the 2023 SCA Expo*. <https://dailycoffeenews.com/2023/05/01/new-home-coffee-brewers-at-the-2023-sca-expo/> diakses 18 Juni 2023.
- Dongeng Kopi. (2023). Tren Slow Bar Coffee 2023. <https://dongengkopi.id/tren-slow-bar-coffee-2023/> diakses 20 Juni 2023.
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1), 35. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.3>
- Fischer, E. F. (2021). Quality and inequality: Creating value worlds with Third Wave coffee. *Socio-Economic Review*, 19(1), 111–131. <https://doi.org/10.1093/ser/mwz044>
- Glick, R. (2017). Definisi: ‘Gelombang Keempat’ adalah ‘Gelombang Ketiga’ yang terjadi di negara penanam kopi. <https://www.readsingalong.com/ind/sedang-berlangsung-gelombang-kopi-keempat/> diakses 11 Februari 2023
- Hardani, dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

- Helmi, Y. (2022). Tren Kopi Sebagai Oleh-Oleh Daerah.  
<https://kopipetani.com/tren-kopi-sebagai-oleh-oleh-daerah/> diakses pada 20 Juni 2023.
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*.  
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/YBSW9>
- İstanbul DiNçer, F., Gedik, S., & Guzel Serap, S. (2016). NEW APPROACH IN GASTRONOMY: THIRD WAVE COFFEE. *Journal of International Social Research*, 9(45), 811–811.  
<https://doi.org/10.17719/jisr.20164520657>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata>
- Kemenparekraf. (2021). *Siaran Pers: Menparekraf Ingin Wisata Tematik Kopi Jadi Trademark Wisata Nasional*.  
<https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/siaran-pers-menparekraf-ingin-wisata-tematik-kopi-jadi-trademark-wisata-nasional/> diakses 13 Februari 2023.
- Khalid, I. K. binti M. (2014). “Healing Garden” sebagai Asas Mereka Bentuk Lanskap Masa Kini. *KUPAS SENI*, 2.  
<https://ojs.upsi.edu.my/index.php/JSPS/article/view/2226>
- Malisan, M. G. P. (2021). *Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffee Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda*. 9.
- Masdakaty, Y. (2016). *Apa Sebenarnya Kopi Single Origin Itu?*.  
<https://ottencoffee.co.id/majalah/apa-sebenarnya-kopi-single-origin-itu> diakses 13 Februari 2023.
- Moleong, L. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Muawanah, I. (2019). *Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa Iain Metro)*.
- Nadila, S. M.(2022). *Generasi Z: Si Paling Healing VS Si Pembawa Perubahan*.  
[https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan/#:~:text=Generasi%20Z%20adalah%20generasi%20dengan,tahun%20\(BPS%2C%202021\).](https://pmb.brin.go.id/generasi-z-si-paling-healing-vs-si-pembawa-perubahan/#:~:text=Generasi%20Z%20adalah%20generasi%20dengan,tahun%20(BPS%2C%202021).) diakses 13 Februari 2023.

- Natarina, E. (2022). *Membaca Tren Kopi di Indonesia*.  
<https://www.lummoshop.co.id/blog/membaca-tren-kopi-di-indonesia/>  
diakses 03 Februari 2023.
- Nescafe. (2022). *Sejarah dan Ragam Jenis Kopi di Indonesia yang Perlu Kamu Ketahui*.  
<https://www.nescafe.com/id/artikel/sejarah-dan-ragam-jenis-kopi-di-indonesia> diakses 02 Februari 2023.
- Nescafe. (2022). *Yuk, Simak Tren Kopi di Indonesia dari Masa ke Masa Berikut Ini!*  
<https://www.nescafe.com/id/artikel/tren-kopi-di-indonesia> diakses 02 Februari 2023.
- Nurrahmah, dkk. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia.
- Prakosa, A. (2019). *View of Generasi Third Wave Coffee: Perspektif Milenial Terhadap Kopi Gelombang Ketiga*.  
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/443/240>
- Pramita, D. A. (2016). Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta. *E-Societas*, 5(6).
- Ramadhani, F., dkk. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Susu Pasteurisasi Pulsed Electric Field “Milkaya” Di Cv Milknesia Nusantara. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 10(4), 204–215.  
<https://doi.org/10.21776/Ub.Jpa.2022.010.04.3>
- Rosalina, P. D., Susanti, L. E., & Paramitha, M. W. (2019). Preferensi Wisatawan Milenial Nusantara Pada Daya Tarik Wisata Swafoto Di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.22334/Jihm.V10i1.156>
- Roz, K. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5627>
- Ruki, U. A. (2011). Pengenalan Teori Servicescape dan Penerapannya dalam Desain Interior. *Humaniora*, 2(2), 1225.  
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3174>
- Satito, B. P. H. (2021). *Eksistensi Kopi Indonesia yang Tak Pernah Habis*.  
<https://www.fortuneidn.com/business/bayu/eksistensi-kopi-indonesia-yang-takkan-pernah-habis> diakses 03 Februari 2023.

- Septiani, E., Santoso, B., Mulyadi, M., & Muhdin, M. (2019). Analisis Preferensi Pengunjung Kawasan Wisata Gili Meno Kabupaten Lombok Utara. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v7i2.70>
- Silvandi, G. O., & Mandalia, S. (2022). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to see, Something to do, Something to buy). *i-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.31958/i-tourism.v1i2.4923>
- Syahid, A. R. (2023). Mengupas Sejarah dan Perkembangan Konsep Slow Bar di Coffee Shop. <https://studipariwisata.com/referensi/mengupas-sejarah-dan-perkembangan-konsep-slow-bar-di-coffee-shop/> diakses 20 Juni 2023.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. 2009. Jakarta.*
- Yuliandri, M. T. (2015). *Sejarah "First, Second and Third Wave Coffee."* <https://ottencoffee.co.id/majalah/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee> diakses 11 Februari 2023.
- Yuliandri, M. T. (2016). *5 Ciri Pencinta Kopi Sejati.* <https://ottencoffee.co.id/majalah/5-ciri-pencinta-kopi-sejati> diakses 03 Maret 2023.
- Yuliandri, M. T. (2018). *Home Brewer : Rayakan Nikmat Kopimu di Rumah.* <https://ottencoffee.co.id/majalah/home-brewer-rayakan-nikmat-kopimu-di-rumah> diakses 05 Februari 2023.
- Zetriuslita. (2016). Profil Sikap Ilmiah Rasa Ingin Tahu (*Curiosity*) Matematis Mahasiswa.
- (2021). *World Coffee Consumption.* <https://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf> diakses 02 Februari 2023.
- (2022). *Strategi Pemerintah Untuk Mendorong Eksistensi Kopi Indonesia di Pasar Global.* <https://pertanian.uma.ac.id/strategi-pemerintah-untuk-mendorong-eksistensi-kopi-indonesia-di-pasar-global/> diakses 02 Februari 2023

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : [www.ampta.ac.id](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 812/Q.AMPTA/V/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

26 Mei 2023

Yth. Pimpinan Lestari Coffee  
Jalan Selokan Mataram No. 451, Cepit Baru, Depok  
Kabupaten Sleman

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Lestari Coffee, Sleman selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Juni 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Bulqis Purnama Dewi  
No. Induk Mahasiswa : 519101225  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

**Preferensi Wisata Tematik Kopi pada Generasi Z di Yogyakarta**  
(proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,  
Ketua



Drs. Prihatno, M.M



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : [www.ampta.ac.id](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 831/Q.AMPTA/V/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

29 Mei 2023

Yth. Ketua Pengelola Desa Wisata Jatimulyo  
64 WJ + X8V Sokomoyo Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo  
Kabupaten Kulon Progo

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Jatimulyo, Kulon Progo selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Juni 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Bulqis Purnama Dewi  
No. Induk Mahasiswa : 519101225  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :  
**Preferensi Wisata Tematik Kopi pada Generasi Z di Yogyakarta**  
(proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

  
Drs. Prihatno, M.M.



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : [www.ampta.ac.id](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 813/Q.AMPTA/V/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

26 Mei 2023

Yth. Pimpinan Tadasih Coffee  
Jalan Langanjaran Kidul No. 29, Panembahan, Kecamatan Kraton  
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Tadasih Coffee, Kota Yogyakarta selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Juni 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Bulqis Purnama Dewi  
No. Induk Mahasiswa : 519101225  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :  
**Preferensi Wisata Tematik Kopi pada Generasi Z di Yogyakarta**  
(proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,  
Ketua

Drs. Prihatno, M.M



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 811/Q.AMPTA/V/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

26 Mei 2023

Yth. Pimpinan Cronica Creative Workspace  
Jalan AM. Sangaji No. 62, Cokrodiningratan, Jetis  
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Cronica Creative Workspace, Kota Yogyakarta selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Juni 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Bulqis Purnama Dewi  
No. Induk Mahasiswa : 519101225  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :  
**Preferensi Wisata Tematik Kopi pada Generasi Z di Yogyakarta**  
(proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,  
Ketua



Drs. Prihatno, M.M

**LAMPIRAN 2 SURAT IZIN PENELITIAN DARI DESA WISATA  
JATIMULYO, KULON PROGO**



**DESA WISATA JATIMULYO**

Sekretariat: Sokomoyo RT 08/ RW 02, Jatimulyo, Girimulyo,  
Kulon Progo, D.I Yogyakarta 55674

Nomor : 04/Deswi\_Jatimulyo/V/2023

Hal : Surat balasan permohonan penelitian

Kepada

Ketua Jurusan Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Dengan hormat,

sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 29 Mei 2023 perihal permohonan penelitian di Desa Wisata Jatimulyo, Kulon Progo dalam rangka penyusunan Skripsi atas nama saudara **Bulqis Purnama Dewi** dengan judul "*Preferensi Wisata Tematik Kopi pada Generasi Z di Yogyakarta*".

Perlu kami informasikan beberapa hal sebagai berikut:

- Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan menyetujui permohonan tersebut.
- Perizinan melakukan penelitian semata-mata hanya untuk kepentingan Akademik.
- Kegiatan pengambilan data dilaksanakan sesuai dengan tanggal tertulis, terhitung mulai 01 Juni 2023 sampai dengan 30 Juni 2023 (1 bulan).

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jatimulyo, 01 Juni 2023

Ketua Desa Wisata Jatimulyo,



SUHANDRI

## LAMPIRAN 3 KUESIONER PENELITIAN

### KUESIONER PENELITIAN

#### PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Salam sejahtera, Syalom, Oom Swastiastu, Namu Buddhaya, Wei De Dong Tian, Salam kebajikan.

Perkenalkan, saya Bulqis Purnama Dewi mahasiswi semester 8 jurusan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saat ini saya sedang mengerjakan tugas akhir berupa skripsi dengan judul "**Preferensi Wisata Tematik Kopi Pada Generasi Z di Yogyakarta**". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi/ketertarikan Generasi Z di Yogyakarta pada wisata kopi, yang selanjutnya hasil dari penelitian bisa digunakan untuk memberikan masukan/saran berupa konsep pada pelaku wisata kopi dalam mengembangkan wisata tematik kopi di Indonesia.

Ketentuan responden adalah sebagai berikut:

1. Saat ini berdomisili di Yogyakarta
2. Merupakan Generasi Z atau lahir antara tahun 1997 s.d. 2012
3. Penikmat/Coffee Enthusiast

Maka dari itu, Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk bisa ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Bantuan yang diberikan dengan mengisi seluruh pertanyaan/pernyataan dengan jujur akan sangat membantu Saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih.

Salam hangat,

Bulqis Purnama Dewi

## **IDENTITAS KARAKTERISTIK PARTISIPAN PENELITIAN**

Pada bagian ini, Anda diminta untuk menulis identitas diri Anda. Penelitian ini bersifat anonim sehingga Anda dipersilahkan untuk mengisi data diri sesuai dengan keadaan Anda.

Nama/Inisial

---

Tahun Lahir

- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012

Intensitas Minum Kopi dalam Sehari

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- >3 kali

Jenis Kopi yang Diminum

- Exotic
- Arabica
- Robusta

- Liberica
- Excelsa

**Lokasi Minum Kopi**

- Kedai kopi
- Rumah
- Kantor

**Metode Seduh Favorit**

- Manual brew
- Mesin

**Pengalaman Mengikuti Tur Wisata Kopi**

- Sudah
- Belum

### PERNYATAAN KUESIONER PENELITIAN

Berikut merupakan beberapa pernyataan mengenai preferensi/kecenderungan dalam wisata tematik kopi. Setiap pernyataan disertai dengan pilihan skala Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

No.	Something to See	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik untuk melihat dan menikmati pemandangan di perkebunan kopi				
2	Saya ingin melihat ketika petani merawat perkebunan kopi				
3	Sebagai wisatawan, Saya ingin melihat proses pasca panen kopi				
4	Saya tertarik untuk melihat ketika barista meracik secangkir kopi				

No.	Something to Do	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik untuk bisa berbincang dengan petani kopi guna mengetahui informasi tentang kopi yang ditanam				
2	Sebagai wisatawan, Saya ingin mencoba untuk memetik biji kopi yang siap panen di kebun				
3	Saya ingin belajar membuat secangkir kopi di kedai kopi yang terintegrasi dengan perkebunan kopi				
4	Saya tertarik untuk bisa berbincang mengenai kopi dengan barista di kedai kopi				

No.	Something to Buy	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik untuk bisa membeli kopi siap minum di kedai kopi				
2	Saya tertarik untuk membeli biji kopi dan kemudian saya olah/seduh sendiri di rumah				
3	Sebagai wisatawan, Saya tertarik untuk membeli kopi sebagai buah tangan				
4	Saya tertarik untuk membeli souvenir/merchandise dari kedai kopi				

**Durasi yang Diminati**

- Rp50.000 - Rp100.000
- Rp100.000 - Rp500.000
- >Rp500.000 - Rp1.000.000

**Harga yang Diminati**

- 1 jam - 3 jam
- >3 jam - 6 jam
- >6jam

**LAMPIRAN 4 TABULASI DATA**

Item X1				Jumlah	Item X2				Jumlah	Item X3				Jumlah
1	2	3	4	X1	1	2	3	4	X2	1	2	3	4	X3
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	3	13
3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	2	3	3	12
3	4	3	4	14	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	3	4	3	3	13
4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15
4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	3	3	14	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	3	3	14
3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	1	13
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
4	4	3	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13
4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	4	2	4	3	13
4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	4	2	3	3	12
3	3	4	4	14	4	3	4	3	14	4	2	4	3	13
4	3	4	3	14	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13
3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12
4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	3	2	4	4	13
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	2	4	4	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	2	4	3	12

4	4	3	3	<b>14</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	3	4	4	4	<b>15</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	4	3	3	3	<b>13</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	4	4	3	<b>14</b>
3	3	4	3	<b>13</b>	3	4	3	4	<b>14</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	3	3	4	<b>13</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	4	4	3	3	<b>14</b>
3	4	2	3	<b>12</b>	2	3	4	2	<b>11</b>	2	2	3	4	<b>11</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	3	4	4	4	<b>15</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	4	3	3	3	<b>13</b>
3	1	1	1	<b>6</b>	1	1	1	1	<b>4</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	3	4	3	<b>13</b>	3	4	3	4	<b>14</b>	3	4	3	4	<b>14</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	2	3	3	3	<b>11</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	2	<b>11</b>
3	3	4	3	<b>13</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	3	3	4	4	<b>14</b>	2	2	4	3	<b>11</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	4	3	3	<b>14</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	3	4	4	3	<b>14</b>
3	4	4	4	<b>15</b>	4	3	3	3	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	4	4	4	<b>15</b>
4	4	3	3	<b>14</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
4	4	3	4	<b>15</b>	4	4	4	3	<b>15</b>	4	4	4	3	<b>15</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	4	3	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	4	4	<b>15</b>	4	4	3	4	<b>15</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
2	2	2	3	<b>9</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	3	2	2	2	<b>9</b>
4	4	4	3	<b>15</b>	2	4	3	3	<b>12</b>	4	2	4	3	<b>13</b>
4	3	3	2	<b>12</b>	3	4	2	2	<b>11</b>	3	2	3	2	<b>10</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	4	3	3	<b>13</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	2	2	3	3	<b>10</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>

4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	3	<b>15</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	3	<b>15</b>
4	4	3	3	<b>14</b>	4	3	4	3	<b>14</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	3	3	<b>13</b>	3	4	4	4	<b>15</b>	3	4	3	3	<b>13</b>
3	3	3	4	<b>13</b>	4	3	4	3	<b>14</b>	4	3	3	3	<b>13</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	3	3	4	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	4	3	2	<b>12</b>
4	4	4	3	<b>15</b>	4	3	4	4	<b>15</b>	3	3	4	3	<b>13</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	2	2	2	<b>9</b>
4	4	4	3	<b>15</b>	3	4	4	3	<b>14</b>	3	3	4	3	<b>13</b>
3	3	3	4	<b>13</b>	3	3	3	4	<b>13</b>	4	3	3	3	<b>13</b>
3	3	3	4	<b>13</b>	3	2	4	3	<b>12</b>	4	2	3	3	<b>12</b>
4	3	3	2	<b>12</b>	3	4	2	2	<b>11</b>	4	3	4	3	<b>14</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	3	4	4	4	<b>15</b>	3	3	4	4	<b>14</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	3	<b>15</b>
3	3	4	4	<b>14</b>	2	4	4	4	<b>14</b>	3	2	4	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	2	3	3	<b>11</b>	2	2	2	3	<b>9</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	3	3	4	4	<b>14</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	2	3	2	2	<b>9</b>	3	3	3	2	<b>11</b>
3	3	3	3	<b>12</b>	3	4	3	3	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
2	1	2	3	<b>8</b>	1	3	3	3	<b>10</b>	3	3	4	1	<b>11</b>
3	3	4	4	<b>14</b>	4	4	3	3	<b>14</b>	3	4	3	3	<b>13</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	3	4	4	<b>15</b>	3	2	3	3	<b>11</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	3	4	<b>14</b>	4	3	3	4	<b>14</b>	4	2	2	2	<b>10</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
1	1	1	3	<b>6</b>	1	3	1	3	<b>8</b>	1	1	1	1	<b>4</b>

3	3	3	1	<b>10</b>	2	1	3	1	<b>7</b>	3	2	2	3	<b>10</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
2	4	4	4	<b>14</b>	3	2	4	4	<b>13</b>	2	3	3	3	<b>11</b>
3	4	3	3	<b>13</b>	4	4	3	3	<b>14</b>	3	2	3	3	<b>11</b>
4	4	4	3	<b>15</b>	4	3	4	3	<b>14</b>	2	4	3	3	<b>12</b>
4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	3	4	<b>15</b>	3	3	4	3	<b>13</b>	3	3	3	3	<b>12</b>

## PILIHAN HARGA DAN DURASI

No.	Pilihan Harga	Pilihan Durasi
1	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
2	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
3	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
4	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
5	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
6	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
7	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
8	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
9	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
10	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
11	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
12	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
13	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
14	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
15	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
16	>Rp500.000 - Rp1.000.000	>6 jam
17	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
18	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
19	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
20	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
21	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
22	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
23	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
24	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
25	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
26	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
27	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
28	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
29	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
30	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam

31	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
32	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
33	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
34	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
35	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
36	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
37	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
38	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
39	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
40	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
41	Rp50.000 - Rp100.000	>6 jam
42	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
43	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
44	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
45	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
46	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
47	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
48	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
49	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
50	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
51	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
52	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
53	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
54	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
55	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
56	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
57	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
58	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
59	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
60	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
61	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
62	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam

63	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
64	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
65	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
66	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
67	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
68	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
69	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
70	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
71	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
72	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
73	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
74	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
75	Rp100.000 - Rp500.000	>3 jam - 6 jam
76	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
77	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
78	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
79	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
80	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
81	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
82	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
83	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
84	>Rp500.000 - Rp1.000.000	1 jam - 3 jam
85	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
86	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
87	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
88	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
89	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
90	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
91	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
92	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
93	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
94	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam

95	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
96	Rp50.000 - Rp100.000	>3 jam - 6 jam
97	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
98	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam
99	Rp50.000 - Rp100.000	1 jam - 3 jam
100	Rp100.000 - Rp500.000	1 jam - 3 jam

Nama Responden	Karakteristik Responden					
	Tahun Lahir	Intensitas Minum Kopi	Jenis Kopi	Lokasi Minum Kopi	Metode	Pengalaman Mengikuti Tur Wisata Kopi
Eruna s. Herudiana	2000	>3 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
M Ikhlasul Amal	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Lala sonya	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Friska Ervina R	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Lalu Abdul Azus	2001	1 kali	Excelsa	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Oksa Zaki Triantara	1997	3 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Ainun Najwa Salsabila	2000	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Dinda Puspita Panji Putri	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Dominikus Ferry Herdian Wiedeka Putra	2000	2 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Sudah
Ghea	2000	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
adinda sekar	2001	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Sudah
Jessica	2001	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Yuliana wae	2000	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Rusdiana Aji Pangestu	2000	1 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Agnes Chrestella	2000	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Yonastriawan	1998	>3 kali	Arabica	Kantor	Manual Brew	Sudah

Intan Nur Azizah	2001	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Egidius Randy Mau	1997	2 kali	Exotic	Rumah	Manual Brew	Belum
Walburga Mahwastudhya HN	2000	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Alfi	2000	3 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Lambertus	2001	2 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Rofiq burhannudin	2001	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Diajeng Kusuma Megandini	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Anggita Dyah	2000	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Siswanto	1997	>3 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Ophelia Konstanze Brintsie	2000	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Merina Indriyani	1997	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Anastasya	2003	2 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Amelia Khoirunnisa	2000	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Luthfi Azizah Azhar	2002	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Mahadri Arkan Abimanyu	2004	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Gaudensius Yonastryawan	1999	3 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Theresia Diani Rosariana	2000	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Angel Bitiana	2002	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Flavianus Heryatno Prasetyo	2002	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Abdi mulia	2000	3 kali	Exotic	Kedai kopi	Manual Brew	Belum

Muhammad Rezzy Syaputra	2001	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Marcellinus Elang	2003	2 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Choirunnisa Noor Izzati	2002	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Sudah
Nikel Muhammad	2000	3 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Sudah
Faqih Muqoddam Alchudhory	2000	>3 kali	Excelsa	Rumah	Manual Brew	Belum
Bayu Setya Pambudi	2000	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Nathasia Putranto Waluyo	2002	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Yohan Umbu Kadiwanu	2001	2 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Ratih Dewi Nawangwulan	2000	2 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
La Rama Aditya	2000	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Yerwin	2001	3 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Esty Mahemba	2001	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Kartika Aulina	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Maura	2004	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
MAURINE AZZAHRA	2000	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Hanum Latifah Zulfa	1998	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Zahra Nurhaliza	2000	2 kali	Exotic	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Ica purnama	2004	2 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Putri Kirani	2001	>3 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Putri monica	2001	1 kali	Excelsa	Rumah	Manual Brew	Belum

Titi	2001	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Renggo Darsono	1997	2 kali	Exotic	Kedai kopi	Manual Brew	Sudah
Nurma Sari Sihombing	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
BENITHO RACHEL SUPRIYADI	2004	2 kali	Arabica	Kantor	Machine	Belum
Raka Sangaji	2002	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Khairu Farras Shidqi	2000	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Sudah
Tiara Angelica	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Kezia Kurniati	2002	1 kali	Excelsa	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Marlin Kara	2001	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Vidya laras ayuningtyas santoso	2000	>3 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
NADA SYAFIRA WAHYUNI	1998	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Nur setyo rahman	1999	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Nopan Kurniawan	1998	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Annisa Icha	2000	1 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Naufal Abdurrahman Puri	1998	2 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Fredy Andi	1999	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Rezano	2000	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Dimas Adam	2000	2 kali	Excelsa	Kantor	Manual Brew	Belum
Bima Dwi Cahyanto	2001	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
mohammad zaenul faris	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum

Habib Ghulam	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Muhammad Alif	2002	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Machine	Belum
Yazied imaduddin	2001	3 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
M Reza Ryandika	1999	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Nadira Rizki Febriyana	2002	1 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Gege	2001	3 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Cici	1998	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Hanbin	1999	2 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Ananda Abi Aufa	2000	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Alfain Barasila	2001	1 kali	Arabica	Rumah	Manual Brew	Belum
Selvi Yardina Telaumbanua	2000	1 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Andika	2000	2 kali	Robusta	Kantor	Manual Brew	Belum
Sinthia ariana afritasari	1999	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Nabila Saroja Estiyantara	2003	1 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Belum
Zefanya vedy kristianugrah	1999	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Dis	2000	1 kali	Excelsa	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Deviana Erlinawati Putri	2002	2 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Febe Grice Virgilya Toam	1998	1 kali	Excelsa	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Yohan Umbu Kadiwanu	2001	2 kali	Exotic	Rumah	Manual Brew	Belum
devatania	2001	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum

Candiwa brama napitupulu	1999	1 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Subagio	1998	>3 kali	Robusta	Rumah	Manual Brew	Sudah
Salsa	2000	1 kali	Arabica	Kedai kopi	Manual Brew	Belum
Jessica	2001	2 kali	Robusta	Kedai kopi	Manual Brew	Belum

## LAMPIRAN 5 HASIL WAWANCARA

### PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

#### IDENTITAS

Nama lengkap : Bachtiar Rifa'i  
Usia : 31  
Nama Kedai : Lestari

#### PERTANYAAN :

1. Dari tahun berapa membuka kedai kopi?  
Jawaban: Dari pertengahan 2017.
2. Bagaimana cerita atau sejarah awal membuka kedai kopi ini?  
Jawaban: Salah satu alasannya yaitu karena suka kopi. Namun yang mendasari ada banyak hal, awal mula bercita-cita kerja di kantor. Ketika kuliah nyambi kerja dengan dalih nambah uang jajan. Singkat cerita disitu awal mula masuk ke dunia F&B. Masuk dunia speciality kopi mulai 2013/2014 dikenali oleh teman.  
Karena suka kopi dan suka dengan kegiatan ketika proses bikin kopi juga senang, dari junior barista ke barista, asisten roaster jadi roaster. Itu senangnya bukan main. Sampai saat itu pula masih kepikiran untuk ngantor, sampai satu titik saya kecelakaan kerja yg mengakibatkan tangan saya hampir putus. Disitu titik balik saya diyakinkan bahwa kopi adalah jalannya untuk mencari rezeki. Setelah kejadian itu banyak perubahan, dari sisi kepribadian, mental, hingga spiritual. Tadinya trauma bukan main sampai tidak ingin kembali menyentuh alat kopi. Sampai 3 4 bulan recovery, akhirnya lingkungan yang mendukung untuk kembali lagi. Hampir lulus kuliah akhirnya mencari petunjuk, ketika berdoa itu terjawab kopi deh. Di tahun 2016 baru kepikiran buka warung kopi, yang tadinya belum langsung warung kopi. tapi roastery rumahan dulu start tengah 2017. terus nabung dikit dikit akhirnya kesampaian buka warung seduh kopi untuk pembeli itu di tahun 2020. jadi tahun ini tahun ketiga berjalan warung.
3. Berapa banyak jumlah pengunjung rata-rata dalam sehari?  
Jawaban: pengunjung rata-rata sehari itu fluktuatif, yg pasti tujuannya tau untuk ngopi itu bisa 30-50 orang. Cuma bisa juga 50-70 orang itu ada yg ga ngopi semua. misal 50 itu 47 ngopi, 3 nya hanya menemani.
4. Berapa range harga kopi yang dijual di sini?  
Jawaban: range harga 25-30, dari awal buka hingga hari ini angkanya belum berubah. Menu hanya satu dan dibuat secara manual.
5. Jenis kopi apa yang paling banyak dibeli di sini?  
Jawaban: kopi di lestari hanya ada dan hanya menyediakan arabica. Yang beragam adalah daerah asal tanam asal kopinya, arabica kota a kota c, negara a negara c

6. Apakah ada produk selain kopi yang dijual di kedai?  
Jawaban: ada cemilan pendamping ngopi. kue-kue pasar. atau kue kue tetangga yang bikin dan cocok.
7. Metode seduh kopi apa saja yang digunakan di kedai?  
Jawaban: hari hari v60 dripper metode pour over
8. Pengunjung datang dari kalangan apa saja? Paling banyak dari kalangan apa?  
Jawaban: semakin kesini, semakin beragam. yang tadinya hanya yang tau tau aja, khususnya yg tau manual brew. tapi semakin kesini semakin banyak juga yang mulai kenal. dari SMA, kulia, kerja apalagi, segala umur.
9. Apakah sudah pernah mengikuti tur wisata kopi?  
Jawaban: belum pernah
10. Menurut Saudara mengapa banyak yang menyukai kopi Robusta dan Arabica? Apakah ada faktor tertentu yang menurut Saudara mempengaruhi hal tersebut?  
Jawaban: karena yang populasinya yang banyak adalah populasi itu, pada akhirnya yg didistribusikan ke kedai2 kopi adalah 2 spesies itu. ketika ada pelanggan bertanya ke baristanya apa basis kopi ini, dijawab robusta arabica. akhirnya yang sering terdengar adalah 2 spesies itu. jadi mudah dan cepat dikenali karena populasinya banyak
11. Bagaimana menurut pandangan Saudara mengenai market penjualan jenis kopi selain robusta dan arabica di Yogyakarta?  
Jawaban: kebetulan saya tidak begitu memperhatikan diluar spesies arabica dan robusta. saya yakin cukup besar juga, akan tetapi tidak sebesar 2 itu. secara persentase masih dominan arabica dan robusta
12. Apa kelebihan dari metode penyeduhan cold brew dan tubruk?  
Jawaban: 2 metode itu kan berbeda, satu tubruk satu cold brew. satu dingin, satu panas. tubruk itu kita menikmati kopi sejujur jujurnya. kita panen kopi, kita petik, kemudian dijemur dibersihkan lalu di roasting ditunggu sebentar kemudian diseduh. jadi kita bisa menikmati kopi seada ada nya dg sensasi ampasnya. kalo cold brew kan sudah difilter dan direndam untuk beberapa waktu untuk mencapai flavor tertentu. ada tujuannya, difermentasi untuk ngejar manisnya selama berapa jam. ada durasi tertentu yang membuat cold brew ada keunikan sendiri. keduanya ini sama sama memiliki kenyamanan. kenyamanan itu ada ditingkat berbeda, sama sama punya kenyamanan karena berbeda kan panas dan dingin
13. Kenapa minum kopi di kedai kopi dipilih lebih banyak oleh generasi Z? Apakah ada faktor-faktor yang mempengaruhi?  
Jawaban: pada akhirnya kita sebagai peminum kopi, akan ngopi menyesuaikan kebutuhan. saya hanya pengen kopi aja, dia tau akan melangkah kemana. saya ingin ngopi untuk meeting, saya ingin ngopi untuk meeting, untuk nugas. pada dasarnya yang membuat orang datang ke kedai kopi itu kebutuhannya.

14. Menurut Saudara mengapa generasi Z saat ini banyak tertarik untuk mengikuti tur wisata tematik kopi dengan segala kegiatannya?

Jawaban: dari hasil sebaran kuesioner, saya menangkapnya industri kopi ini semakin kesini semakin berkembang pesat, itu yang saya lihat. pada akhirnya ada waktu dimana industri ini berkembang pesat, sampai lapisan masyarakat antusias. itu juga karena banyak hal, mungkin dari kita ini sudah mengenalkan lebih luas lagi. pertama mungkin dari bertemu di meja bar, dikenalin, mengetahui akhirnya mereka jadi tau oh kopi ini seperti ini, ada daya tarik sendiri, ada magisnya. sehingga mereka ada rasa penasaran. jadi ketika dibuat ke wisata kopi mereka menyambutnya dengan bahagia

15. Apakah banyak pengunjung yang datang suka berbincang dengan barista mengenai kopi ketika sedang menikmati kopi di kedai?

Jawaban: banyak sekali. karena di sini khusus kopi, jadi lebih dominan yang dibahas itu kopinya. ngobrol, bertukar informasi. misal pas lagi musim kompetisi. ini kemarin menggunakan alat ini, presentasinya bagus banget, kopinya dari mana. ada banyak sih. pun ga melulu soal kopi, kulineran juga sampai kemana mana luas.

16. Bagaimana pendapat Saudara tentang fenomena home brewing yang kian banyak diminati?

Jawaban : senang banget, jadi akarna antusiasme mereka yg luar biasa akhirnya konsumsi kopi kan meningkat dari tahun ke tahun. kami kami ini semakin yakin bahwa nantinya kedepannya akan semakin berkembang lagi industri kopi ini sendiri. dg semakin banyaknya orang yg ngopi, baik di warung atau buat di rumah apalagi. kopi sudah membudaya dan jadi kebutuhan masing-masing individu.

## **PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

### **IDENTITAS**

Nama lengkap : Slamet Kurniawan  
Nama Kedai : Space Roastery

### **PERTANYAAN :**

1. Dari tahun berapa membuka kedai kopi?  
Jawaban : tahun 2016 sekitar bulan Juni.
2. Bagaimana cerita atau sejarah awal membuka kedai kopi ini?  
Jawaban: bermula dari roastery dulu tahun 2016, Owner, Pak william & memang suka kopi dan suka membuat kopi di rumah, bermula dari home brewers. Background mereka kuliah di luar negeri, di sana juga suka ngopi. Lalu karena harus balik kesini dan masih suka ngopi, tapi mereka susah mendapatkan kopi yang berkualitas yang biasa mereka minum semasa kuliah. Gak hanya kualitas kopi, tapi juga roastery local CS nya ga spt yg diharapkan. Banyak pesanan kepending, barang ga ready stock, ga fast respon. Dulu kan jualan online belum marak, jadi pembelian biasanya ya di WA. Nah akhirnya mereka memutuskan untuk meroaster kopi sendiri, padahal mereka tidak ada basic kopi selain mereka memang suka ngopi sebagai homebrewers dan suka ngulik kopi. Bekalnya dari youtube, baca jurnal, baca artikel. trial dan error. sampai akhirnya mereka memberikan kopi ke kerabat, keluarga dan banyak yg suka. kemudian mereka memutuskan untuk membuat roastery dg nama space roastery. dari awal memang fokusnya ke penjualan biji kopi. kemudian setahun kemudian baru buka slow bar nya.
3. Berapa banyak jumlah pengunjung rata-rata dalam sehari?  
Jawaban: Jumlah transaksi kisaran 100-200 transaksi dalam sehari rata-rata
4. Berapa range harga kopi yang dijual di sini?  
Jawaban: siap minum range 15-35rb. Harga member jauh lebih murah dari non member. biji kopi mulai 25rb
5. Ada fasilitas apa saja yang bisa dinikmati pengunjung?  
Jawaban: wifi, toilet tempat outdoor dan indoor.
6. Jenis kopi apa yang paling banyak dibeli di sini?  
Jawaban: garis besar hanya 2, arabica dan robusta. arabica dr berbagai origin. total produk kopi ada lebih dari 25 produk kopi.
7. Apakah ada produk selain kopi yang dijual di kedai?  
Jawaban: Ada berbagai merchandise, seperti tumblr, kaos, hand sanitizer
8. Metode seduh kopi apa saja yang digunakan di kedai?  
Jawaban: manual brew hanya pakai tricolate, dari aeropress dan v60. dan pakai mesin

9. Pengunjung datang dari kalangan apa saja? Paling banyak dari kalangan apa?

Jawaban: sebagian besar cust space selain local tourist memang dr luar kota juga. Apalagi kalau misalnya long weekend, hari besar nasional, tanggal merah, ramai yang kesini. Udah kaya tempat wisata. Biasanya mereka datang dari pagi sampai sore. Selain itu ya orang sekitar, mahasiswa, anak sekolah. Orang luar kota juga biasanya mereka yang sudah biasa beli online di kita. Kadang juga ada tourist dari luar

10. Apakah sudah pernah mengikuti tur wisata kopi?

Jawaban: belum. Namun kalau pribadi, atau dari tim space biasa begitu, Biasa ke Jawa Barat, terakhir ke Temanggung juga

11. Menurut Saudara mengapa banyak yang menyukai kopi Robusta dan Arabica? Apakah ada faktor tertentu yang menurut Saudara mempengaruhi hal tersebut?

Jawaban: Dua itu yang paling familiar, karakter keduanya juga cukup berbeda, Orang yang suka robusta biasanya pecinta kopi item yang pait, tebal, strong. Sedangkan pecinta arabica orang2 yg suka kopi item tapi pengen kopinya ga terlalu pahit, jadi bisa cobain kopi yang rasanya juga menyenangkan. ada buah buahan, manis kaya gula gulaan, rasa floral, kebanyakan memang didapatkan di spesies arabica, jauh lebih asam dan ringan juga.

12. Bagaimana menurut pandangan Saudara mengenai market penjualan jenis kopi selain robusta dan arabica di Yogyakarta?

Jawaban: pasti belum banyak, ada beberapa roastery lokal yg jual liberica tapi itu jumlahnya masih sangat sedikit. karena permintaan pasar masih banyak di jenis arabica dan robusta.

13. Apa kelebihan dari metode penyeduhan cold brew dan tubruk?

Jawaban: lebih simpel, pasti. lebih efisien. tubruk efisien ga perlu banyak tools, untuk bikin kopi enak hanya kopi, air panas, cukup. kopi cold brew pun sama, direndem pake air suhu ruangan ditunggu 12/24 jam setelah itu disaring dan bisa dinikmati. karena dua itu lebih simpel dibanding metode lain//teknik lain. kalo yg lain butuh alat alat, filter, nuang-nuang dulu, memang lebih merepotkan tapi memang orang banyak juga cari yg merepotkan itu. tapi bukan merasa repot sebenarnya, tapi lebih ke perasaan senang ketika membuat kopi. yang akhirnya banyak orang yang membuat kopi di rumah.

14. Kenapa minum kopi di kedai kopi dipilih lebih banyak oleh generasi Z?

Apakah ada faktor-faktor yang mempengaruhi?

Jawaban: menurut saya itu bagus. karena dulu kopi dianggapnya itu minuman orang tua, terus anak-anak muda minumannya milkshake, boba. negara kita kan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Nah, negara penghasil kopi tapi kalo diliat dari data ternyata serapannya belum sebanyak itu. lebih dari 50% kopi indonesia itu diekspor, karena memang permintaan luar negeri lebih banyak daripada serapan lokal sendiri. Karena belum banyak orang yang kopi, belum mampu menyerap semua produksi lokal. Semakin kesini semakin banyak anak muda atau bahkan generasi Z

suka kopi ini malah makin bagus. artinya kemampuan konsumsi kita makin tinggi, penyerapan semakin banyak, makin banyak kopi yang kita produksi. jadi ga hanya jual biji kopi mentah, tapi juga biji kopi matang, sampai kemudian jadi minuman di lokal itu malah lebih bagus. justru harapannya stigma kopi ini minuman orang tua semakin bergeser, makin hilang. kopi itu bisa jadi minuman segala usia, termasuk anak-anak yang mungkin sudah bisa ngopi diatas 5 tahun. sekarang juga banyak anak-anak yang sudah ngopi. harapannya nanti beberapa tahun kedepan konsumsi kopi kita meningkat, jadi serapannya juga meningkat, kalau kaya gitu jadi harga kopi bisa lebih terjangkau.

15. Menurut Saudara mengapa generasi Z saat ini banyak tertarik untuk mengikuti tur wisata tematik kopi dengan segala kegiatannya?

Jawaban: Berarti mereka semakin sadar bahwa Indonesia sebagai salah satu negara produsen kopi terbesar masih punya potensi yang bisa dimaksimalkan. Tugas semua orang untuk bisa lebih bersinergi, dari hulu ke hilir punya peranan masing-masing. bisa bekerja sama untuk berkolaborasi. kalau misalnya banyak anak muda yang tertarik di industri kopi dari hulu ke hilir, itu bisa jadi agen advertising untuk orang diluar sana kalo di industri kopi itu panjang banget prosesnya. ga hanya sebatas petani dan coffee shop. tapi ada juga buruh sortir, buruh petik, pengepul, orang2 yg proses, karna ga semua petani proses sendiri. ada banyak middle man yang berperan disitu, yang meningkatkan daya jual kopi tersebut sampai kopi jadi minuman.

16. Apakah banyak pengunjung yang datang suka berbincang dengan barista mengenai kopi ketika sedang menikmati kopi di kedai?

Jawaban: banyak. jogja itu culturenya ngopi itu ya ngobrol, makanya coffee shop masih ramai meskipun skrg banyak yg bikin kopi di rumah. jadi sekarang banyak coffee shop yang buka, cafe cafe, banyak sekarang yang menyediakan ruang nih untuk mereka bisa ngobrol dg customernya. istilah di spasi ya slowbar, jadi konsumen bisa liat proses pembuatan kopi. slow bar itu maksudnya tempat terbuka bagi cust untuk bisa lebih intim dan terbuka dg barista, ga cuma soal kopi tapi bisa apapun, kuliner, kuliah, bola. Jadi sekarang banyak yg seperti itu.

17. Bagaimana pendapat Saudara tentang fenomena home brewing yang kian banyak diminati?

Jawaban: home brewers muncul dari pecinta kopi, orang orang yg ngopi di coffee shop. nah biasanya mereka, pengen juga merasakan pengalaman bikin kopi sendiri di rumah. hal ini sejalan sama visi space yang ingin lebih banyak menciptakan ruang ruang di rumah orang yang lebih banyak yang bisa ngopi. konsumsi lokal juga lebih tinggi.

## **PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

### **IDENTITAS**

Nama lengkap : Ferza Febrian  
Usia : 34  
Nama Kedai : Tadasih

### **PERTANYAAN :**

1. Dari tahun berapa membuka kedai kopi?  
Jawaban: Maret 2019 di jakarta, november 2021 baru di jogja
2. Bagaimana cerita atau sejarah awal membuka kedai kopi ini?  
Jawaban: berawal dari hobi kopi dan kepikiran untuk dijadikan pekerjaan.
3. Berapa banyak jumlah pengunjung rata-rata dalam sehari?  
Jawaban: 150-200 orang
4. Berapa range harga kopi yang dijual di sini?  
Jawaban: semuanya rata di 25rb
5. Ada fasilitas apa saja yang bisa dinikmati pengunjung?  
Jawaban: kopi yang dirotasi setiap minggu, area outdoor smoking area, dan indoor non smoking
6. Jenis kopi apa yang paling banyak dibeli di sini?  
Jawaban: arabica full, dari berbagai origin
7. Apakah ada produk selain kopi yang dijual di kedai?  
Jawaban: apem, kopi ada dua seduhan dan biji kopi
8. Metode seduh kopi apa saja yang digunakan di kedai?  
Jawaban: pakai pour over alat v60 semua
9. Pengunjung datang dari kalangan apa saja? Paling banyak dari kalangan apa?  
Jawaban: anak kuliah sampai pekerja profesional, tp dominan pekerja
10. Apakah sudah pernah mengikuti tur wisata kopi?  
Jawaban: belum pernah
11. Menurut Saudara mengapa banyak yang menyukai kopi Robusta dan Arabica? Apakah ada faktor tertentu yang menurut Saudara mempengaruhi hal tersebut?  
Jawaban: faktor culture/kebiasaan yang dilakukan berulang ulang selama puluhan tahun di jogja yang sudah mengakar. yang paling gampang adalah contohnya budaya angkringan, membumi di jogja jadi akar kopi di jogja adalah akarnya angkringan dimana penikmat angkringan adalah angkatan-angkatan lawas. mau kopinya lebih spesifik, lebih strong. kalo dulu anggapan arabica lebih ke asem walaupun sekarang berubah jadi maunya robusta. karena akar ini sudah kuat, jadi orang lebih familiar lebih taunya kopinya kalau ga asem ya robusta

12. Bagaimana menurut pandangan Saudara mengenai market penjualan jenis kopi selain robusta dan arabica di Yogyakarta?  
Jawaban: masih menantang karena selain arabica dan robusta memiliki usaha atau tantangan lebih untuk mengenalkan lebih ke publik. arabica sendiri saja sudah sangat luas daya jangkauannya, penikmat robusta juga masih banyak. jadi untuk kopi selain robusta dan arabica dikenalkan di jogja akan sangat sulit walaupun bisa, tapi akan lebih lama waktunya dibanding arabica masuk jogja.
13. Apa kelebihan dari metode penyeduhan cold brew dan tubruk?  
Jawaban: lebih bisa meng highlight note buah, acidity bisa di highlight. dan dikontrol lebih banyak dari tubruk, variabelnya lebih banyak dibanding tubruk.
14. Kenapa minum kopi di kedai kopi dipilih lebih banyak oleh generasi Z?  
Apakah ada faktor-faktor yang mempengaruhi?  
Jawaban: mungkin kalo ga ada kopi susu anak muda sekarang akan susah masuk ke dunia kopi. jadi kopi susu memiliki peranan penting untuk pengenalan anak2 muda thd kebiasaan minum kopi. karena ga semua orang bisa langsung minum kopi item, jadi jalan masuknya adalah melalui kopi susu. nah ada muda sekarang bisa melekat ssama kopi karena budaya minum kopi susu yang sudah lazim dilakukan lama kelamaan mulutnya kebiasaan minum kopi yang tanpa gula.
15. Menurut Saudara mengapa generasi Z saat ini banyak tertarik untuk mengikuti tur wisata tematik kopi dengan segala kegiatannya?  
Jawaban: menurut saya hal ini data yang menyenangkan. karna kesukaan kopi berefek pada keingintahuan lebih terhadap prosesnya. dari segi prospek, segi bisnis, maupun segi investasi, awareness kedepan bagi anak anak yang suka kopi ya. karena ketika udah masuk ke tahap ingin mengetahui proses apa yang dia nikmati. itu berarti dia sudah terbuka untuk menyukai atau mencintai apa yang dia konsumsi. menurut ku itu fenomena yang sangat menyenangkan, baik dari sisi customer maupun pebisnis karena keduanya sangat diuntungkan.
16. Apakah banyak pengunjung yang datang suka berbincang dengan barista mengenai kopi ketika sedang menikmati kopi di kedai?  
Jawaban: tadasih sangat terbuka terhadap pengunjung yang menjadikan kunjungan kesini sebagai cafe in purposes. karena di sini 70-80% pengunjung itu langganan. sehingga kesini sudah spesifik inginnya ngopi. Di kedai ini sangat terbuka bagi tamu model apapun, baik itu yang ngobrol atau pun yang kesini sudah tau maunya apa spesifik. tadasih sudah masuk ke fase itu sih.
17. Bagaimana pendapat Saudara tentang fenomena home brewing yang kian banyak diminati?  
Jawaban: itu fenomena yang sangat menguntungkan dari sisi bisnis. semakin banyak orang membicarakan semakin banyak orang melakukan riset sendiri di rumah otomatis konsumsi akan meningkat, awareness meningkat. sehingga tugas pedagang untuk menjual barang dan

mempromosikan akan lebih mudah karena sudah sefrekuensi dengan calon penikmatnya.

## **PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

### **IDENTITAS**

Nama : Suhandri  
Jabatan : Ketua Desa Wisata

### **PERTANYAAN:**

1. Sejak kapan desa wisata jatimulyo aktif terbentuk?

Jawaban: tahun 2007 dapat sk pertama dari desa, kemudian dinas pariwisata kulon progo. waktu itu kegiatannya hanya sebatas kegiatan konservasi bersama teman2 mahasiswa pecinta alam. pengamatan burung dan konservasi unggrek. lalu sampai sekitar 2010 vakum. kemudian tahun 2014 mulai bergeliat lagi setelah munculnya wisata wisata alam, seperti grojogan sewu, mudal. kembang soka. kedung pedut. nah itu memicu temen temen yang ada di desa wisata untuk kembali aktif. mengikut beberapa kompetisi lomba desa wisata. sampai akhirnya di tahun 2014 sampai 2017 berjalan, walaupun belum stabil tapi ada kegiatan. sampai di tahun 2019 desa wisata jatimulyo mengikuti kegiatan lomba desa wisata nusantara dari kemendes dan alhamdulillah mendapat juara 3 nasional. itu juga mulai kegiatan kegiatan seperti edukasi kopi, kemudian pengolahan gula jawa, pembuatan olahan, sampai pembuatan makanan tradisional. yah itu sebelum 2019 tp pas 2019 kita optimalkan kegiatan tersebut.

2. Bagaimana awal mula ada kegiatan wisata kopi?

Jawaban: ya kalo awal mula dari kopi sulingan ini. ownernya mas kelik, sebelum ada kegiatan wisata alam dan wisata edukasi itu keseharian beliau pemburu burung. dulu emang di jatimulyo untuk komoditi kopi emang banyak. kopi kopi yang ada di jatimulyo kan kopi sisa jaman penjajahan. di tahun 2012-an mas kelik sama temen temen membuat komunitas karena beliau merasa mungkin karena perbuatannya memburu burung setiap hari itu akhirnya burung sepi. jadi dulu burung diambil, kopi dibiarkan. kopi ga diolah, harganya murah. tapi seiring berjalannya waktu, mas kelik sama temen temen dari dulunya berburu akhirnya mencari alternatif lain karna dulu burung itu sebagai ya tambahan ekonomi. otomatis kalo berhenti berburu harus memutar otak untuk gimana caranya mengalihkan ekonomi dari burung itu ke apa. akhirnya melihat kopi di jatimulyo, sekarang dibalik kopi diambil burung dibiarkan. nah mulai dari situ ya 2014/2015 mulai merintis usaha kopi ini dari mas kelik sendiri. darisitu mulai dari proses tradisional. bahkan dulu warga kalo mau kopi suruh ambil aja, ga usah beli karena harganya sangat murah. tapi akhirnya dengan ada prosesi kopi dis ini ya tahun 2016 mulai kopi bisa dinikmati masyarakat itu. dulu harganya 2000/kg sekarang bisa menjadi 6000-8000 karena sudah ada pengolahan kopi.

3. Berapa banyak jumlah pengunjung wisata kopi di desa wisata jatimulyo?  
Jawaban: tidak pasti. setahun itu mungkin baru 500-1000 itu mereka yang berwisata paket edukasi. kadang ada yg ambil kopi saja, tapi ada juga ambil kegiatan lainnya. kemarin. bahkan ada 3 orang dari konsorsium dari colombia kesini mereka ingin melihat perkebunan kopi.
4. Jenis kopi apa yang ditanam?  
Jawaban: kalau jenis yang tinggalan di sini ada robusta atau kopi jawa atau songgo langit. tapi ini ada kelompok tani hutan kurang lebih 3 tahun lalu mencoba untuk menanam yang arabica.
5. Apa pendapat Saudara mengenai banyaknya responden yang memilih arabica dan robusta, apakah menurut Saudara ada faktor tertentu?  
Jawaban: karena jenis yang banyak bisa ditanam di sini emang robusta, arabica pun disini sebenarnya kondisi geografisnya kurang tinggi. biasanya kan diatas 900 atau lebih dari 1000 mdpl. di sini ada tapi ga banyak karena disini 700-800 mdpl. bisa ditanam, mungkin untuk rasa asem dan rasa lainnya kurang mantap dibanding yang berada di ketinggian. kalo robusta memang cocok di sini ya dan banyak karena itu juga tinggalan dulu.
6. Bagaimana pendapat saudara mengenai banyaknya orang yg suka untuk bisa melihat pemandangan perkebunan kopi?  
Jawaban: karena di kota tidak ada. kalau memang di perkebunan kopi yang benar benar dirawat kan bersih, kalau dipangkas bisa menjadi payung payung seperti yang ada di purwosari. jadi kalau misalnya lihat kebun kopi itu bisa gelar tikar dan makan disitu. suasananya lah, adem sejuk.
7. Apa pendapat saudara mengenai alasan banyaknya orang yang suka untuk melihat petani merawat perkebunan kopi?  
Jawaban: generasi z itu kan taunya ngopi ya tinggal seduh ya, kita tidak tahu cara prosesnya. ternyata kalau melihat proses nya itu sangat pelik, mulai dari pasca, pemanenan. perawatan saja ada pemangkasan, kemudian harus merawat sampai nanti berbuah. kalau mau menghasilkan yang bagus ya harus memetik yang merah, kemudian setelah dipetik pun proses pengelupasan penjemuran kalau bisa benar benar higienis supaya ga tercemar dg apa yg ada di sekelilingnya. proses gorengnya sampai seduhnya itu semua nanti saling berkaitan. kalau mau menghasilkan kopi yang benar benar bagus, prosesnya tidak bisa asal asalan. itu yang mungkin kita tidak tahu, beli kopi tinggal seduh. proses untuk menciptakan rasa itu yang kita tidak tahu. itu yang membuat penasaran.
8. Menurut Saudara kenapa banyak wisatawan yang ingin berbincang dengan petani kopi ketika sedang berwisata?  
Jawaban: Tentu karena rasa ingin tahu bagaimana proses kopi itu.
9. Menurut Saudara kenapa banyak wisatawan yang ingin mencoba memetik biji kopi sendiri?  
Jawaban: kalau di sini di wisata edukasi mereka ingin memetik sendiri yang pertama ya pasti karena pengalamannya. jadi pengen merasakan gimana memetik kopi, yang mungkin sebelumnya mereka belum pernah. pengen tau cara memetik yang benar gimana, antusias juga untuk melakukannya.

10. Berapa range harga untuk paket wisata kopi?

Jawaban: kalau paket rombongan banyak biasanya minimal 10 orang per rombongan 40-50rb, kalau 1/2 orang ya menyesuaikan. tapi kalau nanti mau melihat prosesnya dari awal sampai akhir ya itu bisa sekitar 100rb.

11. Berapa lama durasi wisata kopi?

Jawaban: biasanya durasi 1-2 jam.

12. Ada fasilitas apa saja ketika mengikuti wisata kopi?

Jawaban: fasilitasnya ada pemandu, narasumbernya, nanti juga tracking ke kebun rakyat cari biji kopi. lalu cupping, dan yang jelas pengalaman juga.

13. Apakah ada yang sengaja membeli kopi untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh?

Jawaban: iya tentu ada.

14. Ada produk apa saja yang dijual di kopi suling selain kopi?

Jawaban: ada gula semut, gula ampas, aneka camilan keripik, kaos, payung dan juga mantel, itu ada logo burung suling. Ya ini namanya kopi sulingan ki nggih latar belakangnya ini tadi, mas kelik dulu pemburu. terus burung sulingan itu ikon yang paling diburu sama pemburu. yang akhirnya hampir saja punah di jatimulyo. karena dulu tercatat ada tinggal satu pasang, tapi setelah sekarang temen temen jadi pemerhati burung, melestarikan burung, sekarang bisa bertambah jadi 24 individu.

## LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI



Dokumentasi di Desa Wisata Jatimulyo



Dokumentasi di Space Roastery



Dokumentasi di Slow Bar Tadasih dan Slow Bar Lestari

LAMPIRAN 7 LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Bulqis Purnama Dewi  
 NO. MAHASISWA : 513101225  
 JUDUL PENELITIAN : Preferensi Wisata Tematik Kopi  
Pada Generasi Z di Daerah Khusus Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I: HARY HERMAWAN

NAMA PEMBIMBING II: Fuadi Atif

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	18/3-2023	Rumusan masalah ditambahkan koreksinya dengan generasi Z sebagai subjek riset	HF
		- Ditambahkan Analisis kuantitatif	
		- Tidak perlu hipotesis	
2	29/3-2023	Bagian metode ditambahkan uji keabsahan data	HF
		Kualitatif	
3	7/4-2023	Bimbingan ke pembimbing untuk pemantapan definisi operasionalnya	HF
4	8/4-2023	ACC proposal	HF

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	18/3-2023	Subjek yg di wawancara? lokasi & di plantation atau cafe?	af
2	29/3-2023	Pembahasan LBM pertanyaan	af
3	29/3-2023	Skali likert 1-4 segi Metode penitlan jadi Mix	af
4	8/4-2023	Ditunggu draft kepresoner Definisi operasional Penambahan Sub Variabel	af
5	6 April 22	Penambahan pertanyaan	af
6		Informasi pd kuesioner	af

ACC 10 Bank Halaman

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Bulgis Purnama Dewi  
 NO. MAHASISWA : 515101225  
 JUDUL PENELITIAN : Preferensi Wisata Tematik Kopi Pada  
 Generasi 2 di Daerah Istimewa Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I : MARY KLEMAWAN, S.Pd, MM

NAMA PEMBIMBING II : Fuadi Afif, S.Pd, M.Sc

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
5	1/5-2023	- Pembahasan danampikan triangulasi pata	<i>[Signature]</i>
		- Pembahasan diartikan	<i>[Signature]</i>
6	9/5-2023	Benang / teori-teori Sebagai pembanding	
7	6/6-2023	- Ditambah rumusan/mak wisata tematik kopi Berdasar hasil temuan lapangan.	<i>[Signature]</i>
8	27/6-2023	ACC	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
7	2/5-2023	- Penyesuaian format tabel dan gambar	<i>[Signature]</i>
		- Tambah teori servicescape	<i>[Signature]</i>
8	25-2023	- Tampilan diberi tanda keyword/underline Format pembahasan disatukan	<i>[Signature]</i>
9	12/6	- Ranting kegiatan berwacana di lapangan kopi dan soal reorgan	<i>[Signature]</i>
		- Tambah alasan/kon pada pembahasan	
16	19 Juni	ACC Sidang	<i>[Signature]</i>