

Perilaku Konsumen Kopi Bubuk di Purwokerto

Title	Perilaku Konsumen Kopi Bubuk di Purwokerto
Author Order	1 of 2
Accreditation	
Abstract	<p>Industri kopi bubuk merupakan industri dengan tingkat persaingan yang ketat. Hal ini dapat dilihat dari semakin beragamnya produk kopi bubuk di pasaran. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk berfokus pada cara memuaskan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen kopi bubuk. Penelitian mengenai perilaku konsumen akan mengarahkan produsen pada strategi bersaing yang tepat dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perilaku konsumen kopi bubuk dari aspek motivasi membeli, manfaat yang diharapkan dari mengonsumsi, jenis produk pengganti yang dikonsumsi, cara pengambilan keputusan dalam pembelian, ukuran berat yang paling disukai, tempat pembelian, kemasan yang paling disukai, merek yang paling sering dibeli dan media iklan yang paling disukai. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, lalu data dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan motivasi tertinggi dalam mengonsumsi kopi bubuk adalah karena kebiasaan (45%), manfaat yang dicari supaya tidak mengantuk (53%), produk pengganti yaitu teh (41%), keputusan pembelian produk dilakukan secara mendadak (68%), dan pembelian dilakukan di warung terdekat (73%). Kemasan yang dominan disukai berupa sachet (59%), dan ukuran berat 50 gram (46%). Merek yang paling sering dibeli yaitu kopi Kapal Api (38%), sedangkan media iklan yang paling sering dilihat adalah melalui media TV (45%). Kata kunci: kopi buku, perilaku konsumen</p>
Publisher Name	Jenderal Soedirman University
Publish Date	2021-10-23
Publish Year	2021
Doi	DOI: 10.20884/1.agrin.2021.25.2.632
Citation	
Source	Agrin
Source Issue	Vol 25, No 2 (2021): Agrin
Source Page	131-149
Url	https://jurnalagrin.net/index.php/agrin/article/view/632/pdf
Author	Dr ERVINA MELA, S.T, M.Si