

**DIFERENSIASI USAHA KOPI DAN
HUBUNGANNYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Cafe Kopiology Makassar)**

OLEH:

**PUTRI AURELYO IRAWAN
G021181322**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**DIFERENSIASI USAHA KOPI DAN
HUBUNGANNYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Cafe Kopiology Makassar)**

**PUTRI AURELYO IRAWAN
G021 18 1322**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian

pada

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

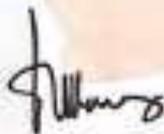
**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

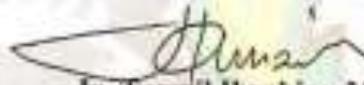
Judul Skripsi : Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya Dengan Kepuasan
Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kopiology Makassar).

Nama : Putri Aurelyo Irawan
NIM : G021181322

Disetujui oleh:



Prof. Dr. Ir. Sitti Bulki, M.S.
NIP. 19610829 198601 2 001



Ir. Tamzil Ibrahim, M.Si.
NIP. 19570406 198702 1 002

Diketahui oleh:



Dr. A. Nivia Tenriawaru, S.P., M.Si
NIP. 19721107 199702 2 001

Tanggal Lulus : 8 Juni 2022

**PANITIA UJIAN SARJANA PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS HASANUDDIN**

JUDUL : **DIFERENSIASI USAHA KOPI DAN HUBUNGANNYA
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada
Cafe Kopiology Makassar)**
NAMA MAHASISWA : **PUTRI AURELYO IRAWAN**
NOMOR POKOK : **G021 18 1322**

SUSUNAN PENGUJI

Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S.
Ketua Sidang

Ir. Tamzil Ibrahim, M.Si.
Anggota

Ir. Yopie Lumoindong., M.Si.
Anggota

Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.
Anggota

Tanggal Ujian : Juni 2022

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul "*Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kopiology, Jalan Boulevard Ko Jasinth No.1/2, Masale, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar)*" benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.



Makassar, 07 Juni 2022


PUTRI AURELYO IRAWAN
G021 18 1322

ABSTRAK

DIFERENSIASI USAHA KOPI DAN HUBUNGANNYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE KOPIOLOGY MAKASSAR

Putri Aurelyo Irawan¹, Sitti Bulkis², Tamzil Ibrahim³, Yopie Lumoindong⁴, Rusli M.Rukka⁵

¹Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar.

*Corresponding author: putriaurelyo97@gmail.com

Tren minum kopi di Indonesia sudah menjadi gaya hidup. Hal ini ditandai dengan menjamurnya warung-warung kopi atau *coffee shop*. Banyaknya perusahaan yang menjual produk kopi, maka besar pula tingkat persaingan yang akan dihadapi. Tingkat diferensiasi menyeluruh sebuah perusahaan merupakan nilai kumulatif keunikan yang diciptakan perusahaan bagi konsumen diseluruh nilai rantainya dalam memenuhi kriteria pembeli sehingga tercipta kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan dan menganalisis hubungan diferensiasi produk kopi yang ditempuh oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar” khususnya yang terkait dengan atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan. (2) merumuskan strategi pengembangan usaha “Cafe Kopiology Makassar” berdasarkan kondisieksternal dan internal. Jenis metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 33 responden yaitu konsumen dan manajer “Cafe Kopiology Makassar”. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji statistik korelasi *Rank Spearman* dengan bantuan SPSS 16 *for windows*, dan analisis swot. Penelitian menghasilkan temuan bahwa harga dan pelayanan tidak memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk, tampilan, dan merek memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen dengan arah positif.

Kata Kunci: Kopi, Diferensiasi, Kepuasan Konsumen, harga, pelayanan, kualitas, tampilan, merek

ABSTRACT

COFFEE BUSINESS DIFFERENTIATION AND ITS RELATIONSHIP WITH CONSUMER SATISFACTION AT CAFE KOPIOLOGY MAKASSAR

Putri Aurelyo Irawan¹, Sitti Bulkis², Tamzil Ibrahim³, Yopie Lumoindong⁴, Rusli M.Rukka⁵

¹Agribusiness Study Program, Department of Agricultural Socioeconomics, Faculty of Agriculture, Hasanuddin University, Makassar.

***Corresponding author: putriaurelyo97@gmail.com**

The trend of drinking coffee in Indonesia has become a lifestyle. This is marked by the proliferation of stalls or coffee shops. The number of companies that sell coffee products, the greater the level of competition that will be faced. overall satisfaction of a company is a creation idea that is created for consumers throughout its business value so as to create a balance of consumers. This study aims to: (1) describe and analyze the relationship between coffee product differentiation carried out by "Cafe Kopiology Makassar" especially those related to price attributes, product quality, product appearance, brand and service. (2) formulate a business development strategy "Cafe Kopiology Makassar" based on external and internal conditions. The type of method used is descriptive quantitative method. The research was conducted by distributing questionnaires to 33 respondents and manager of "Cafe Kopiology Makassar". The research data were analyzed using descriptive analysis, Spearman Rank correlation statistical test with the help of SPSS 16 for windows, and swot analysis. The research found that price and service did not have a positive relationship with customer satisfaction, while product quality, appearance, and brand had a positive relationship with consumer satisfaction.

Keyword: Coffee, Differentiation, Destination, price, service, quality, appearance, brand



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Putri Aurelyo Irawan, lahir di Makassar, pada tanggal 22 Juni 2001. Merupakan anak dari pasangan **Syamsul Irawan, SH dan Indriyani Soedibyo**. Putri Pertama dari dua bersaudara yaitu **Muh. Putra Rizha Irawan**.

Selama hidupnya penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. TK Puspawangi, Kota Makassar 2005-2006
2. SD Inp. Gunung Sari Baru, Kota Makassar 2006-2012
3. SMP Negeri 13 Makassar 2012-2015
4. SMA Negeri 2 Makassar 2015-2018

Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2018 untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik dengan sebaik-baiknya, penulis bergabung dalam organisasi diantaranya menyelesaikan keseluruhan jenjang kaderisasi di tingkat Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yaitu MISEKTA (Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian) sebagai anggota penuh. Menjadi BPH (Badan Pengurus Harian) MISEKTA Periode 2019/2020 sebagai anggota Departemen Kewirausahaan dan Periode 2020/2021 sebagai anggota Departemen Minat dan Bakat. Selain itu, penulis juga aktif mengikuti kepanitiaan di himpunan MISEKTA dan aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat regional, nasional, hingga tingkat Internasional. Selain itu penulis juga pernah menjadi asisten dan mentor di mata kuliah Analisis Perencanaan dan Pengembangan Agrosistem (APPAS). Untuk memperoleh pengalaman kerja, penulis pernah magang di Dinas Tanaman Pangan, Holtikultura dan Perkebunan Provinsi Sulawesi Selatan.

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan cahaya ilmunya, rahmat dan ridahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin dengan judul *“Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kopiologi Makassar)”* dibawah bimbingan Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S** dan Bapak **Ir. Tamzil Ibrahim, M.Si**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, dengan penuh rendah hati penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga apa yang tersaji dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kitasemua, Aamiin.

Makassar, 07 Juni 2022

Penulis,

Putri Aurelyo Irawan

PERSANTUNAN



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil alamiin, segala puji bagi Allah SWT Rabb semesta alam, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya yang selalu terlimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kopiology Makassar)”**. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam ajarannya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan penghargaan yang teristimewa dan setinggi-tingginya, sebagai rasa cinta penulis serta sembah sujud penulis persembahkan kepada Ayahanda tercinta **Syamsul Irawan, SH** dan Ibunda tersayang **Indriyani Soedibyo** dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada beliau yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan dan keikhlasan serta lantunan doa yang senantiasa dipanjatkan untuk anaknya selama ini hingga akhir hayatnya. Semoga tulisan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Bunda. Saudaraku tersayang yang sangat mengerti **Muh. Putra Rizha Irawan** terima kasih atas segala perhatian, kasih sayang dan segala bantuan yang telah diberikan selama ini. Tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi.

Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan tidak mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Bulkis, M.S** selaku pembimbing utama, dan Bapak **Dr. Ir. Tamzil Ibrahim, M.Si.** selaku dosen pembimbing kedua, terima kasih banyak atas waktu, ilmu, dan saran mengenai berbagai hal. Meski ditengah kesibukan senantiasa meluangkan waktunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga Ibu dan Bapak senantiasa diberkahi dan selalu dalam lindungan Allah SWT

2. Bapak **Ir. Yopie Lumoindong., M.Si.** dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Ibu **Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.,** dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.,** selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan semangat, pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga ibu dan bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
4. Ibu **Ni Made Viantika S, S.P., M.Agb.** selaku panitia seminar proposal terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk mengatur jadwal seminar serta petunjuk dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Terima kasih juga sudah selalu berkenan membantu ketika penulis bertanya mengenai hal-hal yang kurang atau bahkan tidak penulis pahami. Semoga ibu senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
5. Bapak **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan waktu, arahan, serta sarannya kepada penulis selama merasakan berkuliah di agribisnis Unhas. Semoga Bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
6. **Bapak dan Ibu dosen, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,** yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
7. **Seluruh staf dan pegawai** Departemen Sosial Ekonomi Pertanian terkhusus **Pak Rusli, Kak Ima, dan Kak Hera** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
8. Bapak **Alfarisi Mas Erlangga dan seluruh staff “Cafe Kopiology Makassar”**, serta konsumen yang bersedia menjadi responden, terima kasih telah menerima, membantu, serta mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian di lapangan, terimakasih telah menerima dan membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini, serta terimakasih karena telah memberikan ilmu baru yang belum pernah penulis dapatkan di bangku kuliah.
9. Yang Teristimewah saya ucapkan terimakasih banyak kepada **Gilbert Valentino Rupang** yang baik hati ikhlas tanpa pamrih telah membantu penulis dalam menginspirasi penulis dan selalu mendoakan penulis sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai harapan. Terimakasih sudah menjadi orang yang tidak pernah bosan untuk berbuat baik kepada penulis, mendengarkan keluh kesah penulis, dan selalu siap ketika penulis minta tolong atau bertanya mengenai skripsi. terimakasih banyak kak, atas doa dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis, THANK YOU FOR ALWAYS SUPPORTING ME!

10. **TSC** tersayang, tercinta, serta terkasih (**Aisyah, Ima, Febi, Riska, Ame, Septi, Cheri, Nayah**) teman dari awal Perkuliahan hingga saat ini yang insya Allah akan tetap selalu berteman dan sahabat yang baik. Terimakasih selalu ada buat penulis sampai detik ini selalu mendukung dan mendorong penulis untuk tetap semangat menjalankan perkuliahan ini sampai sarjana. terimakasih atas segala bentuk bantuannya yang tak bisa saya ucapkan satu-satu hal tersebut sangat berarti bagi penulis, penulis dan kalian menyadari banyaknya perbedaan diantara kita, namun itu selalu menjadi hal menarik yang mewarnai persahabatan ini. Sebuah kisah indah yang akan menjadi moment terbaik dalam hidup penulis bertemu dan kenal kalian. Terima kasih orang-orang baik selalu melahirkan tawa disetiap pertemuan. Semoga pertemanan ini bertahan didunia maupun di Akhirat. Mohon Maaf jika penulis pernah melukai hati melakukan perbuatan yang menginggung hati kalian tanpa penulis sadari. semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses dikemudian hari. Cinta kalian semuanya.
11. Keluarga Besar **Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2018 (KRISTAL18)**. Terima kasih telah menjadi saudara dan keluarga baru, takdir terindah telah tuhan berikan dengan mempertemukan kita. Terima kasih atas cerita, ilmu, pengalaman, tawa, dan tangis yang telah terukir. Kebersamaan yang tidak akan penulis lupakan, semoga kita semua mencapai keberhasilan kita masing-masing dengan cara yang indah dan semoga persaudaraan ini akan tetap terjalin walaupun jarak telah menjadi pemisah diantara kita. Mari berteman untuk waktu yang sangat sangat lama. Mari berjuang bersama demi mendapatkan gelar “S.P.” tetap semangat dan jangan menyerah!
12. Teruntuk Kakanda-kakanda dan junior di **MISEKTA, BPH MISEKTA PERIODE 2019/2020 dan PERIODE 2020/2021** terimakasih karena telah membantu penulis tumbuh dan berkembang. Terimakasih telah menjadi salah satu *support system* bagi penulis. **JAYA MISEKTA!**
13. Teman teman SMA ku yang tercinta (**Nia, Asma, Firda**) terimakasih telah menjadi teman yang baik dan menyenangkan untuk penulis dari SMA hingga saat ini. Terimakasih juga telah mendengarkan segala keluh kesah penulis. Mari berteman untuk waktu yang sangat-sangat lama. Love.
14. Teruntuk **Farid Ramadan dan Daniel Tanjung** yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan motivasi kepada penulis ditengah kesibukannya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian, memudahkan urusan dan mengabulkan doa-doa yang kalian panjatkan.
15. Teman SMP ku yang baik hati (**Azizah, Yuli, Akbar**) terimakasih telah menjadi sahabat yang baik dan menyenangkan untuk penulis dari SMP hingga saat ini. Terimakasih juga telah mendengarkan segala keluh kesah penulis. Mari berteman untuk waktu yang sangat-sangat lama. Love.
16. Teruntuk **kakak Dewi, kakak Sheila, kakak Lilis, kakak Nisa, kakak Iis, kakak Fii, kakak Aser, kakak Dimas, kakak Petra dan kakak Husna** yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan motivasi kepada penulis ditengah

kesibukannya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kakak, memudahkan urusan dan mengabulkan doa-doa yang kakak panjatkan.

17. Teruntuk **Fira, Zul, Ucil, Ical, Arman, Nia, Niza, Zunnun, Ai, Uppi** terimakasih sudah menjadi teman yang baik dan sangat asik. Terimakasih atas seluruh kritikan serta saran yang membangun untuk tugas akhir penulis. Tanpa kalian rasanya skripsi penulis lebih banyak kekurangannya. terus berjuang demi gelar **S.P. TETAP SEMANGAT!**
18. Teruntuk Keluarga Cemara (**Kakak dede, Hariadi, Aslam, Guntur, Indah**) terimakasih telah jadi sahabat yang baik hingga saat ini. Terimakasih selalu ada buat penulis sampai detik ini selalu mendukung dan mendorong penulis untuk tetap semangat mengerjakan skripsi ini sampai sarjana. Terimakasih atas segala bentuk bantuannya yang tak bisa saya ucapkan satu-satu hal tersebut sangat berarti bagi penulis, penulis dan kalian menyadari banyaknya perbedaan diantara kita, namun itu selalu menjadi hal menarik yang mewarnai persahabatan ini. Mari berteman hingga waktu yang sangat sangat lama. Love
19. The other thanks to Bangtan Sonyeondan members (Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, and Jeon Jungkook) who always motivate the researcher through their music, lyrics and heartwarming words while the researcher start to lose her hope. Also thanks to ARMY who always give their support even they never meet.
20. Kepada semua pihak yang telah memberikan kritikan, saran, bantuan, dukungan moril hingga materil yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak. Semoga kalian sehat selalu dan tidak bosan-bosannya menjadi orang yang baik untuk diri kalian dan juga untuk orang lain. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Demikianlah dari penulis, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan kita kebahagiaan dunia dan akhirat kelak, Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SUSUNAN PANITIA UJIAN	iii
DEKLARASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSANTUNAN	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 <i>Research Gap (Novelty)</i>	4
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
II. METODE PENELITIAN	9
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
2.2 Metode Penelitian	9
2.2.1 Metode Penentuan Sampel	9
2.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	10
2.3 Metode Analisis	11
2.4 Batasan Operasional.....	14
III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	16
3.1 Latar Belakang Perusahaan.....	16
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	16
3.3 Sumber Daya Manusia.....	19
3.4 Sumber Daya Lahan dan Bangunan.....	19
3.5 Omzet Produk Kopi pada “Café Kopiology”	19
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Karakteristik Responden.....	21
4.2 Diferensiasi Produk.....	21
4.2.1 Diferensiasi Harga Kopi	23
4.2.2 Diferensiasi Kualitas Produk Kopi	25
4.2.3 Diferensiasi Tampilan Produk Kopi	26
4.2.4 Diferensiasi Atribut Merek	27
4.2.5 Diferensiasi Pelayanan.....	28
4.3 Tingkat Kepuasan Konsumen.....	29

4.4 Hubungan Diferensiasi Produk dengan Kepuasan Konsumen	30
4.5 Strategi Pengembangan Usaha.....	33
4.5.1 Faktor Internal	34
4.5.2 Faktor Eksternal.....	36
4.5.3 Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Kopi	38
V. KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Pertanyaan Kuesioner	10
Tabel 2. Indeks Penilaian Rentang Kriteria	11
Tabel 3. Kekuatan Hubungan Antar Dua Variabel	13
Tabel 4. Karakteristik Umum Responden.....	21
Tabel 5. Harga Kopi pada “Cafe Kopiology”	24
Tabel 6. Tingkat Kepuasan Konsumen Kopi pada “Cafe Kopiology”.....	29
Tabel 7. Hubungan Diferensiasi Produk dengan Tingkat Kepuasan Konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”, 2022	31
Tabel 8. Perumusan Strategi dengan Menggunakan Matriks SWOT	34
Tabel 9. MATRIKS SWOT	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 2. Struktur Organisasi “Cafe Kopiology”	17
Gambar 3. Tampilan Produk Kopi “Cafe Kopiology”	27

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah komoditas perkebunan yang keberadaannya semakin dilirik oleh pasar dunia. Hal ini terjadi seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi dunia. Data *International Coffee Organization* (ICO) (2021), mencatat pada september 2021 harga kopi mencapai rekor tertinggi baru karena rata-rata bulanan harga indikator komposit ICO adalah 170,02 US cents/lb, meningkat 6,2% dibandingkan dengan 160,14 US cents/lb pada Agustus 2021. Tingkat harga kopi ini selama tahun 2020/2021 mengkonfirmasi pemulihan bersih dari level terendah kopi yang dialami selama tiga tahun terakhir.

Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi sekaligus pengeksport biji kopi di Dunia. Indonesia menempati urutan keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia dengan total jumlah produksi pada tahun 2017 mencapai 660.000 ton biji kopi. Berdasarkan data USDA, di antara negara-negara kawasan ASEAN, Indonesia dikenal sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam. Iklim tropis dan kondisi geografis serta suhu yang mendukung menjadikan Indonesia sebagai tempat yang berpotensi baik untuk budidaya kopi. Jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia diantaranya adalah jenis arabika, robusta, liberika, dan ekselsa. Jenis kopi robusta mendominasi produksi kopi Indonesia yaitu sebesar 81,87% dari total jumlah produksi biji kopi pada tahun 2016, sementara sisanya sebesar 18,13% adalah kopi jenis arabika (BPS, 2018).

Indonesia sendiri hanya mengembangkan dua jenis kopi yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta karena dari tingkat konsumsinya, sekitar 70% penduduk dunia adalah konsumen kopi Arabika, dimana memiliki cita rasa mild dan aromatik. Sedangkan sisanya, 30% penduduk dunia adalah konsumen kopi Robusta, dimana memiliki rasa lebih pahit dan kadar kafein 50% lebih tinggi daripada kopi Arabika. Dari dua jenis yang ditanam di Sulawesi Selatan, kopi Arabika memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan kopi Robusta. Kopi Arabika telah menjadi kopi favorit secara internasional sebagai produk massal.

Tren minum kopi di Indonesia sudah menjadi gaya hidup. Hal ini ditandai dengan menjamurnya warung-warung kopi atau *coffee shop*. Keberadaan warung kopi bisa dijadikan simbol gaya hidup, di mana keberadaannya menjadi tempat berkumpul, bersosialisasi, melakukan diskusi dan bahkan menjadi tempat kerja. Budaya minum kopi orang Indonesia yang sebenarnya sudah berlangsung lama, merupakan peluang untuk Indonesia mengembangkan komoditi ini secara menyeluruh mulai dari peningkatan produktivitas sampai penanganan *pascapanen* (Putri et al., 2021).

Banyaknya perusahaan yang menjual produk kopi, maka besar pula tingkat persaingan yang akan dihadapi. Perusahaan-perusahaan yang mengeluarkan produk kopi harus mampu mempertahankan konsumen yang telah puas dengan produknya dan mampu untuk menjangkau konsumen baru dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saat ini, diferensiasi produk sangat dibutuhkan oleh tiap-tiap usaha *coffee shop* agar dapat terlihat berbeda dari para pesaingnya dan membuat konsumennya tetap memilih cafe tersebut sebagai tempat favoritnya. Diferensiasi produk itu sendiri adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan sebuah produk yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing agar memiliki nilai tinggi dimata konsumen (Sahetapy, 2013; Sudaryono, 2018; Kotler dan Armstrong, 2012; Ong & Sugiharto, 2013). Sedangkan menurut Arionita & Trisanti (2014) mengatakan bahwa diferensiasi produk merupakan bukti dan janji yang diberikan kepada pelanggan yang tercermin di dalam positioning produk, merek, dan perusahaan. Diferensiasi produk merupakan semua aspek yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan termasuk fisik barang, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, kualitas kesesuaian, informasi. (Ismail, 2017; Ersu, 2013).

Salah satu usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang terletak di kota Makassar yaitu “Cafe Kopiology”, yang bertempat di Jalan Boulevard Ko Jasinth No.1/2. Cafe ini hadir dengan dekorasi yang unik dan klasik. Letaknya juga sangat strategis karena berada di pusat kota Makassar yang membuat konsumen mudah untuk menemukannya, berbagai jenis menu minuman kopi hingga makanan berat dan ringan ditawarkan di cafe ini. Khusus untuk olahan kopi, “Cafe Kopiology” ini menawarkan produk seperti *americano*, *iced* kokofi, kopi tua, kopi kampung, *iced caramology*, *Doppio*, *caffè latte* dan salah satu menu kopi andalan tempat ini yaitu es kopiology yang menjadi kopi khas pada cafe ini. Selain itu “Cafe Kopiology” didukung oleh fasilitas-fasilitas seperti wifi, area parkir, ac, serta daya tampung yang mencapai 120 orang pengunjung. Dengan fasilitas tersebut maka “Cafe Kopiology” berusaha untuk memenuhi keinginan maupun harapan para konsumennya.

Setiap perusahaan harus menjaga kualitas produknya, menawarkan harga yang tepat, menciptakan merek yang berkesan, menampilkan produk yang berbeda dan pelayanan karena merupakan hal yang penting untuk memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan maupun tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan konsumsi konsumen (Kristianto, 2012; Eka, 2020). Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan dapat memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak “Cafe Kopiology”. Konsumen yang merasa terpuaskan tidak jarang untuk menceritakan pengalaman yang mereka dapatkan kepada orang lain setelah berkunjung ke cafe tersebut. Hal ini secara tidak langsung dapat membantu “Cafe Kopiology” dalam mempromosikan produknya. Konsumen dari suatu perusahaan tentu dapat memperoleh kepuasan yang maksimal apabila perusahaan memiliki kelebihan dan keunggulan yang membedakan dengan pesaingnya, keunggulan tersebut adalah penawaran harga, kualitas produk, tampilan produk, merek, dan pelayanan sedangkan kelebihan dari “Cafe Kopiology” ini adalah memiliki tempat dengan suasana yang nyaman bagi konsumen untuk bersantai, memiliki ruangan khusus yang dapat digunakan konsumen melakukan rapat ataupun pertemuan penting, serta memiliki jaringan wifi yang memadai dapat digunakan konsumen untuk mengerjakan tugas dan bermain game. Untuk itu dibutuhkan identifikasi strategi diferensiasi seperti apa yang telah ditawarkan oleh pihak “Cafe Kopiology” terhadap setiap konsumennya serta bagaimana tanggapan konsumen terhadap pihak cafe. Dengan melakukan analisa terhadap

tanggapan pihak cafe dan pihak konsumen mengenai jenis diferensiasi produk kopi yang telah ditawarkan atau diberikan kepada konsumen, maka dapat diketahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga pihak cafe dapat memfokuskan upaya peningkatan pada variabel tersebut tetapi tetap dengan terus memperhatikan variabel yang lainnya.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dengan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kopiology Makassar)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Jenis restoran yang menjadikan kopi sebagai menu utama dan memberikan suasana informal dengan pelayanan yang cepat adalah *coffee shop*. Berbagai macam *coffee shop* modern dapat kita temukan di Kota Makassar salah satunya “Cafe Kopiology”. *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar, atau pun *live music*, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel (Herlyana, 2012).

Tingkat diferensiasi menyeluruh sebuah perusahaan merupakan nilai kumulatif keunikan yang diciptakan perusahaan bagi konsumen diseluruh nilai rantainya dalam memenuhi kriteria pembeli sehingga tercipta kepuasan konsumen. Setiap perusahaan harus menjaga kualitas produknya, menawarkan harga yang tepat, menciptakan merek yang berkesan, menampilkan produk yang berbeda dan kualitas pelayanan karena merupakan hal yang penting untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pihak “Cafe Kopiology Makassar” melakukan diferensiasi produk kopi yang terkait dengan atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan?
2. Bagaimana hubungan diferensiasi produk kopi khususnya atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha “Cafe Kopiology Makassar” berdasarkan kondisi eksternal dan internal?

1.3 Research Gape (Novelty)

Penelitian empiris mengenai hal-hal yang berkaitan dengan diferensiasi produk telah banyak dilakukan di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap usaha dipengaruhi oleh kualitas produk yang baik agar dapat menarik perhatian konsumen. Secara singkat beberapa penelitian terdahulu dapat diuraikan sebagai berikut:

(Iswati & Palupy, 2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada *Fast Food Resto Richeese Factory* di Surabaya). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berkaitan dengan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Cepat Saji Richeese Factory di kota Surabaya, dengan menggunakan metode analisis CFA (*Confirmatory Factor Analysis*).

(Febriandini & Piguno, 2018) dengan judul Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Anomali *Coffee* Kemang pada 2016. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi, koefisien determinasi dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian adalah nilai korelasi $r = 0,705$, yang artinya ada hubungan antara diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi adalah bahwa ada hubungan antara diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 49,7%, sisanya 50,3% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, adapun hasil regresinya adalah : $Y = 6.378 + 0.366X$, berarti ada pengaruh positif diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen.

(Ratela & Taroreh, 2016) dengan judul Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi *Coffee Island*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

(Taringan et al., 2022) dengan judul Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha di Kota Manado. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado.

(Trisihnyo, 2018) dengan judul Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi sederhana dan koefisien korelasi serta uji t untuk melihat pengaruh dan hubungan diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa diferensiasi produk memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan di Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda. Hal ini dibuktikan dari hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis dimana nilai t hitung = 13,29 > dari ttabel = 1,701 sebesar = 0,05 atau 5% dan koefisien korelasi sebesar 0,929 dan nilai dari koefisien determinasi = 86,3%, maka persamaan regresi sederhana yang diperoleh adalah $y = 7,707 + 0,87106 x$.

(Febi et al., 2019) dengan judul Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasuke Cikarasa Langsa. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dengan melihat koefisien determinasi, koefisien korelasi dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel diferensiasi produk dengan kepuasan konsumen. Dari perhitungan uji F diketahui bahwa $F_{hitung} = 82,088$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Diferensiasi produk mempunyai koefisien determinasi sebesar 0,466. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Jasuke Cikarasa Langsa.

(Vidya Hanesty Purbarani, 2013) dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis kuantitatif seperti uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dua tahap analisis regresi dengan uji Goodness of Fit (Uji F), uji derajat determinan (R^2), sebagian uji signifikan (t-test) dan juga untuk menghasilkan persamaan regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, produk diferensiasi, kualitas layanan dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Itu variabel yang paling signifikan terhadap keputusan pembelian adalah promosi dan yang kurang signifikan adalah produk kualitas.

Dari beberapa penelitian diatas, hanya berfokus pada diferensiasi produk dan hubungannya terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti tidak hanya berfokus pada diferensiasi produk dengan menggunakan metode analisis korelasi melainkan telah memasukkan strategi pengembangan usaha kedepannya dengan menggunakan analisis swot, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut untuk dijadikan sebagai tujuan penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan diferensiasi produk kopi yang ditempuh oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar” khususnya yang terkait dengan atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan.
2. Untuk menganalisis hubungan diferensiasi produk kopi khususnya atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”.
3. Untuk merumuskan strategi pengembangan usaha “Cafe Kopiology Makassar” berdasarkan kondisi eksternal dan internal.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai:

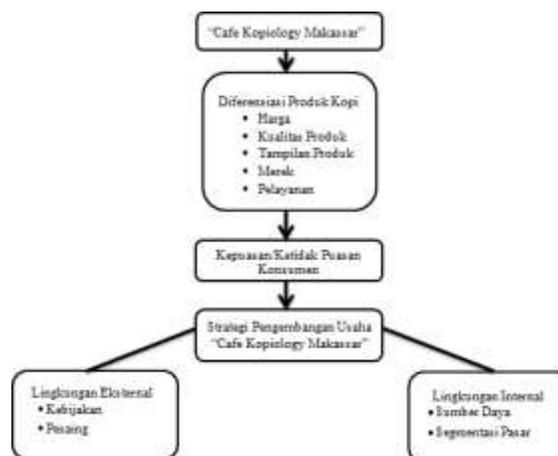
1. Bahan masukan bagi “Cafe Kopiology Makassar” dalam melakukan pengembangan usahanya khususnya pada kualitas produk, merek, dan pelayanan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian di bidang bisnis yang melibatkan dengan kepuasan konsumen.
3. Bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam menambah bisnis di masa yang akan datang

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan diferensiasi produk kopi, tentu ada beberapa tahap yang harus dilakukan oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar”, dimana hasil dari diferensiasi tersebut akan dilihat hubungannya dengan tingkat kepuasan konsumen. Adapun tahap-tahap diferensiasi yang akan ditempuh oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar” terfokus pada atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan.

Dalam menjalankan suatu usaha tentu perlu memperhatikan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk di terapkan pada “Cafe Kopiology Makassar”, yang dapat dilihat dari lingkungan internal (kelebihan dan kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Hal tersebut dilakukan karena adanya pesaing khususnya dari pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Lokasi dari “Cafe Kopiology Makassar” memang berada di tempat yang strategis yang artinya cafe tersebut memiliki tingkat persaingan yang tinggi sebab banyak terdapat usaha cafe maupun restoran di sekitarnya. Oleh karena itu pihak “Cafe Kopiology Makassar” harus memiliki kelebihan dan dapat mengatasi kelemahannya, khususnya terkait dengan produk kopi yang ditawarkan.

Berikut merupakan gambaran dari kerangka pikir yang diterapkan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pikir Diferensiasi Produk Kopi dan Hubungannya dengan Kepuasan Konsumen

BAB II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di “Cafe Kopiology Makassar” yang terletak di Jalan Boulevard Ko Jasinth No.1/2, Masale, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*), dengan pertimbangan bahwa “Cafe Kopiology Makassar” merupakan salah satu usaha yang menawarkan produk agribisnis yaitu kopi yang menjadi bahan penelitian. Selain itu lokasinya juga berada dalam kota Makassar yang dapat mempermudah dalam pengambilan data serta bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian di tempat tersebut. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021-Januari 2022.

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2014) pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

2.2.1 Metode Penentuan Sampel

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa teknik sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Unit analisis yaitu produk kopi dan konsumen “Cafe Kopiology” Makassar, dalam konteks diferensiasi produk kopi dan kepuasan konsumen. Dengan demikian penentuan sampel untuk informan dan responden terdiri dari pihak perusahaan serta konsumen. Penentuan informan dilakukan secara *purposive* (sengaja) pada pihak perusahaan yaitu manajer “Cafe Kopiology”.

Informasi yang dikumpulkan dari informan terfokus pada diferensiasi produk kopi yang terkait dengan atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merk dan pelayanan. Adapun responden dari pihak konsumen ditentukan dengan cara *accidental* yaitu konsumen yang bersedia untuk memberikan tanggapan/informasi terhadap kuesioner.

Untuk memperoleh akurasi data maka responden tersebut dicantumkan nomor HP yang akan dihubungi bila diperlukan. Adapun jumlah konsumen yang menjadi target responden pada penelitian ini sebanyak 32 orang. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 32 sebab sejalan dengan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2017) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang digunakan untuk melakukan uji statistik minimal 30 responden.

2.2.2 Jenis dan Sumber Data

Pengertian sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2013) adalah sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dapat dibagi dua yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer yang dapat dilihat sebagaiberikut.

- a. Data sekunder yaitu data yang mendukung data primer dari berbagai literatur serta dokumen dari perusahaan yang berkaitan dengan atribut harga, kualitas, tampilan produk, merek dan pelayanan.
- b. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara langsung dengan manajer “Cafe Kopiology” dan konsumen kopi serta menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner yang diberikan kepada konsumen).

Setiap indikator dari pertanyaan pada kuesioner menggunakan skala *likert*. Dalam penelitian sosial, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2014). Dalam kuesioner yang digunakan, setiap pertanyaan terdiri dari lima kategori jawaban yaitu:

Tabel 1. Kategori Pertanyaan Kuesioner

KATEGORI	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2.3 Metode Analisis

Dalam melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu mengumpulkan semua data yang telah didapatkan, setelah itu peneliti melakukan verifikasi terhadap data-data yang diperoleh, yaitu dengan cara mengkaji berulang-ulang data yang ada, kemudian memilih data yang sekiranya menurut penulis penting dan data yang sekiranya tidak dibutuhkan. Proses ini dinamakan proses editing, yaitu melakukan edit terhadap data yang telah dikumpulkan dari hasil dilapangan dengan tujuan agar data yang akan dianalisis telah akurat, lengkap dan dapat dilakukan proses selanjutnya (tabulasi). Kemudian karena penelitian yang dilakukan ini adalah kuantitatif maka peneliti harus melakukan pengujian terhadap instrument atau alat ukur yang digunakan yaitu:

- a. Tabulasi data yaitu memberi penilaian terhadap masing-masing kriteria yang di nilai dalam kuisioner sehingga diperoleh kesimpulan bagaimana tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

RK : Rentang Kriteria

m : Skala jawaban terbesar

n : Skala jawaban terkecil

K : Jumlah kelas

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentang kriteria sebagai berikut:

$$RK = \frac{5-1}{3} = 1,3$$

Sehingga dapat disusun penilaian sebagai berikut:

Tabel 2. Indeks Penilaian Rentang Kriteria

INDEKS PENILAIAN	KRITERIA
1,00 – 2,30	Rendah
2,31 – 3,60	Sedang
3,61 – 5,00	Tinggi

- b. Tujuan pertama menggunakan analisis deskriptif. Adapun tujuan pertama yaitu mendeskripsikan diferensiasi produk kopi yang ditempuh selama ini oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar” khususnya yang terkait dengan atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan.
- c. Tujuan kedua tentang hubungan diferensiasi produk kopi khususnya atribut harga, kualitas, tampilan produk, merek dan pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”, menggunakan uji statistik korelasi *Rank Spearman* dengan bantuan *SPSS 16 for windows*. Berikut merupakan rumus dari korelasi *Rank Spearman* (Ali dan Gau, 2014) :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

rs : Koefisien korelasi *rank spearman*

di : Selisih ranking variabel

n : Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- Jika nilai signifikansi $> \alpha$ ($\alpha = 0,05$), berarti H_0 diterima maka tidak terdapat hubungan antara diferensiasi produk kopi khususnya atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan dengan dengan tingkat kepuasan konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”.
- Jika nilai signifikansi $< \alpha$ ($\alpha = 0,05$), berarti H_1 diterima maka terdapat hubungan antara diferensiasi produk kopi khususnya atribut harga, kualitas produk, tampilan produk, merek dan pelayanan dengan dengan tingkat kepuasan konsumen pada “Cafe Kopiology Makassar”.

Menurut Sarwono (2006) dalam Munawarti (2015), untuk mengetahui kekuatan hubungan antar dua variabel maka dapat dilihat pada kriteria berikut:

Tabel 3. Kekuatan Hubungan Antar Dua Variabel

Koefisien	Kekuatan Hubungan
0	Tidak Ada Hubungan
0,10-0,25	Korelasi Sangat Lemah
0,26-0,50	Korelasi Cukup
0,51-0,75	Korelasi Kuat
0,76-0,99	Korelasi Sangat Kuat
1	Korelasi Sempurna

- d. Tujuan ketiga yaitu bagaimana strategi pengembangan yang efektif untuk produk kopi pada “Cafe Kopiology Makassar” berdasarkan kondisi internal dan eksternal. Analisis deskriptif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat (Silalahi, 2012). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif melalui matriks SWOT dilakukan untuk melihat bagaimana strategi pengembangan yang efektif untuk produk kopi berdasarkan kondisi internal dan eksternal. Matriks SWOT yang digunakan ialah sebagai berikut:

ANALISIS SWOT		Analisis Internal	
		Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Analisis Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>)	S-O Strategies: Bagaimana membangun metodologi yang baru sesuai dengan kekuatan institusi	W-O Strategies: Bagaimana menghilangkan kelemahan untuk mendapatkan peluang-peluang baru
	Ancaman (<i>Threats</i>)	S-T Strategies: Bagaimana menggunakan kekuatan-kekuatan internal yang ada untuk bertahan dari Ancaman	W-T Strategies: Bagaimana membuat strategi untuk menghindari kelemahan yang mungkin menjadi sasaran ancaman

Sumber : LPFM FE -UI, 2013.

Matriks tersebut dilihat sebagai alat bantu yang menghubungkan berbagai variabel kritical penentu keberhasilan perusahaan, yakni ancaman dan peluang yang berasal dari lingkungan bisnis eksternal serta kelemahan dan kekuatan yang dibangun oleh manajemen. Analisis data dengan menggunakan matriks SWOT ini bertujuan untuk menghasilkan strategi pengembangan yang tepat untuk dilakukan sebagai pengembangan usaha. Hasil pemetaan matriks tersebut diperoleh empat strategi yang terdiri dari strategi S-O, S-T, W-O dan W-T.

2.4 Batasan Operasional

Konsep operasional merupakan acuan dalam melaksanakan penelitian mencakup pengertian dan berbagai istilah. Untuk menghindari terjadinya kesalahan interpretasi, maka batasan tersebut sebagai berikut:

1. Kopi merupakan minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk.
2. Diferensiasi adalah proses membedakan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu.
3. “Cafe Kopiology Makassar” merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan makanan dan minuman salah satunya yaitu produk kopi.
4. Harga merupakan nilai dari suatu barang atau uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada *coffee shop* tersebut dengan satuan rupiah (Rp).
5. Kualitas produk merupakan jenis penawaran produk kopi yang meliputi kualitas rasa maupun aroma kopi yang ditawarkan oleh pihak *coffee shop* tersebut.
6. Tampilan produk merupakan daya tarik pada produk kopi ketika telah disajikan kepada konsumen seperti gelas PET 14 OZ dan gelas keramik yang beragam dengan desain yang digunakan oleh *coffee shop* tersebut.

7. Merek merupakan nama atau logo yang di promosikan dari usaha dagang tersebut yaitu “Cafe Kopiology Makassar”.
8. Pelayanan merupakan bentuk aktivitas yang dilakukan oleh pihak “Cafe Kopiology Makassar” untuk memenuhi harapan konsumen meliputi fasilitas dan sikap dari pelayan.
9. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas.
10. Lingkungan Eksternal merupakan peluang dan ancaman yang terjadi di lingkungan tempat penelitian.
11. Lingkungan Internal adalah kelebihan dan kelemahan yang ada pada usaha tempat penelitian dilakukan.