

**ANALISIS FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN GEN Z PADA
MINUMAN TEH MANIS DI GERAJ *COFFEE SHOP***

TUGAS AKHIR



INDAH PRIMA RESSA

1222916005

**PROGRAM STUDI ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**ANALISIS FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN GEN Z PADA
MINUMAN TEH MANIS DI GERAJ *COFFEE SHOP***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi
Pangan**



INDAH PRIMA RESSA

1222916005

**PROGRAM STUDI ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah benar hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Indah Prima Ressa

NIM : 1222916005

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Januari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Penelitian ini diajukan oleh:

Nama : Indah Prima Ressa
NIM : 1222916005
Program Studi : Ilmu dan Teknologi Pangan
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Penelitian : Analisis Faktor Preferensi Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gen Z pada Minuman Teh Manis di Gerai *Coffee Shop*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan pada Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I	: Dr. agr. Wahyudi David, S.T.P M.Sc.	()
Pembimbing II	: Prof. Ardiansyah, Ph.D.	()
Penguji	: Kurnia Ramadhan, Ph.D.	()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia – Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Preferensi Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gen Z Pada Minuman Teh Manis di Gerai *Coffee Shop*” sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Program S1 Teknologi Pangan, Universitas Bakrie. Proses penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Kurnia Ramadhan, S.T.P ., M.Sc., Ph.D, selaku Kaprodi Ilmu dan Teknologi Pangan Universitas Bakrie yang bersedia untuk memberikan ilmu dan tenaga kepada penulis dalam menempuh pendidikan S1 Teknologi Pangan ini.
2. Bapak Dr. Agr. Wahyudi David, S.T.P M.Sc., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, ilmu, tenaga, bimbingan, saran serta motivasi kepada penulis selama masa penyusunan tugas akhir.
3. Bapak Prof. Ardiansyah, Ph.D., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, ilmu, tenaga, bimbingan, saran serta motivasi kepada penulis selama masa penyusunan tugas akhir.
4. Seluruh dosen kelas karyawan Universitas Bakrie Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan yang telah mendidik serta memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjalani masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua yaitu Bapak Rinando dan Ibu Rahmi serta Adik Muhammad Rizqi Rain, atas segala doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat membawa manfaat bagi pembaca serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang relevan.

Jakarta,
Indah Prima Ressa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Prima Ressa
NIM : 1222916005
Program Studi : Teknologi Pangan
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu dan pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-executive Royalty – Free Right**) atas sebagian karya ilmiah Saya yang berjudul :

Analisis Faktor Preferensi konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gen Z pada Minuman Teh Manis di Gerai *Coffee Shop*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 27 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Indah Prima Ressa)

**Analisis Faktor Preferensi konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
Gen Z pada Minuman Teh Manis di Gerai *Coffee Shop***

Indah Prima Ressa

ABSTRAK

Perkembangan *coffee shop* di Indonesia menyebabkan minuman teh manis semakin banyak ditawarkan sebagai alternatif minuman, namun faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z terhadap produk tersebut belum diketahui secara pasti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen yang memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z terhadap minuman teh manis di *coffee shop*, meliputi inovasi produk, cita rasa, persepsi harga, dan perilaku gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner terhadap 400 responden Generasi Z yang pernah membeli minuman teh di *coffee shop*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, persepsi harga, dan perilaku gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Nilai adjusted R-square sebesar 0,657 menunjukkan bahwa keempat variabel mampu menjelaskan 65,7% variasi keputusan pembelian, sedangkan 34,3% dijelaskan oleh faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian Generasi Z lebih dipengaruhi oleh cita rasa, persepsi harga, dan perilaku gaya hidup dibandingkan inovasi produk.

Kata kunci: Generasi Z, minuman teh manis, cita rasa, persepsi harga, gaya hidup, keputusan pembelian.

Analysis of Consumer Preference Factors Influencing Generation Z's Purchasing Decisions for Sweet Tea at Coffee Shops

Indah Prima Ressa

ABSTRACT

The development of coffee shops in Indonesia has led to the increasing availability of sweet tea as an alternative beverage; however, the factors influencing Generation Z's purchasing decisions for these products remain unclear. This study aimed to analyze consumer preferences influencing Generation Z's purchasing decisions for sweet tea at coffee shops, including product innovation, taste, price perception, and lifestyle behavior. This quantitative study employed a survey approach using questionnaires distributed to 400 Generation Z respondents who had previously purchased tea beverages at coffee shops. The data were analyzed using multiple linear regression, t-tests, and the coefficient of determination with the assistance of IBM SPSS 27. The results showed that taste, price perception, and lifestyle behavior had positive and significant effects on purchasing decisions, while product innovation had a positive but insignificant effect. The adjusted R-square value of 0.657 indicated that the four variables explained 65.7% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 34.3% was explained by other factors. These findings indicate that Generation Z's purchasing decisions are influenced more by taste, price perception, and lifestyle behavior than by product innovation.

Keywords: Generation Z, sweet tea, taste, price perception, lifestyle, purchasing decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	4
2.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	4
2.2 Alat dan Bahan.....	4
2.2.1 Alat	4
2.2.2 Bahan	4
2.3 Rancangan Percobaan	4
2.4 Metode Penelitian	4
2.5 Jenis dan Sumber Data	4
2.6 Populasi dan Sampel	5
2.7 Metode Pengumpulan Data	6
2.8 Variabel Penelitian.....	7
2.9 Metode Analisis Data.....	8
2.9.1 Uji Instrumen Penelitian	8
2.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	9

2.9.3	Uji Analisis Linier Berganda	10
2.9.4	Uji Hipotesis (Uji T)	10
2.9.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	10
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN	12
3.1	Karakteristik Responden	12
3.2	Analisis Data	14
3.2.1	Analisis Deskriptif	14
3.2.2	Uji Instrumen Data	20
3.2.2.1	Uji Validitas	20
3.2.2.2	Uji Reliabilitas	22
3.2.3	Uji Asumsi Klasik	24
3.2.3.1	Uji Normalitas	24
3.2.3.2	Uji Multikolinearitas	24
3.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	24
3.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.2.5	Pengujian Hipotesis (Uji t)	26
3.2.6	Koefisien Determinasi (R^2)	27
3.3	Pembahasan	28
3.3.1	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	28
3.3.2	Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	28
3.3.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	29
3.3.4	Pengaruh Perilaku Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>) terhadap keputusan pembelian	30
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	31
4.1	Kesimpulan	31
4.2	Saran	31
	DAFTAR PUSTAKA	32
	LAMPIRAN	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skala Likert.....	6
Tabel 2. Penilaian dan Kelas Interval	7
Tabel 3. Karakteristik Responden.....	12
Tabel 4. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Inovasi Produk (X1)	14
Tabel 5. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Cita Rasa (X2).....	15
Tabel 6. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Harga (X3)	17
Tabel 7. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Perilaku Gaya Hidup (X4) .	18
Tabel 8. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	19
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	21
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	22
Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas	24
Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	25
Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	25
Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	26
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuisisioner Survei Google Form	35
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan/Kuisisioner.....	35
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan/Kuisisioner (Lanjutan).....	36
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan/Kuisisioner (Lanjutan).....	37
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan/Kuisisioner (Lanjutan).....	38
Lampiran 3. Output SPSS Uji Reliabilitas 30 Responden (Sampel Kecil)	39
Lampiran 4. Output SPSS Uji Normalitas.....	40
Lampiran 5. Output SPSS Uji Mikrolinearitas.....	40
Lampiran 6. Output SPSS Uji Heteroskedasitas	41
Lampiran 7. Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	41