

**Eksplorasi Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Niat Pelanggan
Untuk Membeli Kembali Kopi Kekinian Secara *Online*:
Studi Kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta**

Tugas Akhir

Oleh :

Dimas Rizky Pratama

1211911001



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS BAKRIE

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dimas Rizky Pratama

NIM : 1211911001

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DR', enclosed in a thin black rectangular box.

Tanggal : 11 Maret 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Rizky Pratamas
NIM. : 1211911001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Eksplorasi Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Niat Pelanggan
Untuk Membeli Kembali Kopi Kekinian Secara *Online*: Studi
Kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Gunardi Endro, Ph
Penguji 1 : Dr. Suwandi, SE. M.Si
Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, SE.MM

(. Gunardi .)

Suwandi
Dominica A. Widyastuti

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Maret 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan, karunia serta pertolongan Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Eksplorasi Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Niat Pelanggan Untuk Membeli Kembali Kopi Kekinian Secara *Online*: Studi Kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta”. Shalawat serta salam tak lupa penulis limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam melakukan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mulai awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena dasar itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Gunardi Endro selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar menyediakan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dr. SUWANDI, SE. MSi dan Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberi masukan untuk perbaikan Tugas Akhir ini.
3. Orang tua penulis (Ibu Devy Dharmasepfianti dan Bapak Moh. Yulianto) serta kakak penulis (Ajeng Rizky Amalita) yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan perhatian bagi penulis selama menjalani perkuliahan ini.
4. Rosalina Putriani yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, pengertian dan masukannya dari mulai awaloz perkuliahan hingga akhir perkuliahan ini.
5. Ananda Reza, Lutfi Germana, Afdar Zidan, Fahmi Andrianto, Ziyah Digja, M.Farel, M. Farid, dan H. Fadhil sahabat penulis yang selalu memberikan motivasi serta bantuannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Diaz Ravesya Yahya dan teman – teman seperjuangan di Universitas Bakrie, yang telah bersama – sama saling dukung dan memberi masukan tentang perkuliahan selama ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 11 Maret 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DR' with a stylized flourish.

Dimas Rizky Pratama

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dimas Rizky Pratama
NIM : 1211911001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Eksplorasi Faktor - Faktor yang Melatarbelakangi Niat Pelanggan Untuk Membeli Kembali Kopi Kekinian Secara *Online*: Studi Kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan 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

Pada tanggal : 11 Maret 2024

Yang Menyatakan



Dimas Rizky Pratama

**Eksplorasi Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Niat Pelanggan Untuk Membeli Kembali
Kopi Kekinian Secara *Online*: Studi
Kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta**

ABSTRAK

Konsumsi kopi di Indonesia sebagai negara konsumen kopi telah mencapai 4,6 juta bungkus (60 kg) pada tahun 2016/2017, dan perkiraan menunjukkan bahwa angka tersebut akan meningkat menjadi 5 juta bungkus pada tahun 2020. Fenomena ini mencerminkan tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap kopi, yang dari sebuah tradisi telah berkembang menjadi peluang bisnis, terutama dengan munculnya kafe online. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong niat pelanggan untuk membeli kembali kopi kekinian secara online, dengan fokus pada studi kasus Paras Lawas Kopi di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui observasi langsung dan wawancara. Analisis data dilakukan menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, dengan penekanan pada cita rasa yang konsisten dan bahan baku berkualitas. Harga yang terjangkau juga menjadi faktor penting, karena konsumen mencari nilai tambah tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Selain itu, pengalaman positif sebelumnya dan rekomendasi dari teman atau keluarga turut memengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen. Melalui strategi positioning yang tepat, Paras Lawas Kopi dapat membedakan diri mereka di pasar dan membangun citra merek yang positif, sesuai dengan preferensi dan harapan konsumen.

Kata Kunci: Niat Pelanggan, *Positioning*, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*.

**Exploring the Factors Behind Customer Intentions To Repurchase
Modern Coffee Online: A Case Study of
Paras Lawas Kopi in Jakarta**

ABSTRACT

Coffee consumption in Indonesia as a coffee-consuming country reached 4.6 million packs (60 kg) in 2016/2017, and estimates showed that this figure would increase to 5 million packs in 2020. This phenomenon reflected the high interest of Indonesian people in coffee, which from a tradition had developed into a business opportunity, especially with the emergence of online cafes. This research aimed to identify the factors that drove customers' intentions to repurchase contemporary coffee online, with a focus on the case study of Paras Lawas Kopi in Jakarta. The research method used was descriptive with primary data collection through direct observation and interviews. Data analysis was carried out using data triangulation. The research results showed that product quality factors were the main consideration for consumers, with an emphasis on consistent taste and quality raw materials. Affordable prices were also an important factor because consumers looked for added value without having to spend a lot of money. Additionally, previous positive experiences and recommendations from friends or family also influenced consumers' repurchase decisions. Through the right positioning strategy, Paras Lawas Kopi could differentiate themselves in the market and build a positive brand image, in line with consumer preferences and expectations.

Keywords: Purchase Intention, Positioning, Marketing Strategy, Marketing Mix.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Pemasaran.....	1
2.2 Strategi Pemasaran	1
2.2.1 Segmentasi Pasar (<i>Segmentation</i>).....	1
2.2.2 Penepatan Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>)	1
2.2.3 Posisi Pasar (<i>Positioning</i>)	2
2.3 Customer Statification.....	4
2.3.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	4
2.3.2 Elemen Kepuasan Konsumen	5
2.3.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	6
2.4 Repurchase Intention.....	8
2.5 Penelitian Terdahulu	9
2.6 Kerangka Pemikiran.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Lokasi Penelitian.....	14
3.3 Fokus Penelitian	15
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	16
3.5 Kriteria Informan.....	16
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	17

3.6.1	Sumber Data	17
3.6.1.1	Data Primer	18
3.6.1.2	Data Skunder.....	18
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.7	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data Pemilik Paras Lawas Kopi.....	20
3.7.1	Sumber Data	20
3.7.1.1	Data Primer	20
3.7.1.2	Data Skunder.....	20
3.8	Teknik Analisis Data.....	20
3.9	Teknik Validitas Data.....	22
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1	Hasil Penelitian	25
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	26
4.1.1.1	Sejarah dan Profil Paras Lawas Kopi.....	27
4.1.1.2	Visi dan Misi Paras Lawas Kopi.....	28
4.1.1.3	Logo Paras Lawas Kopi.....	29
4.1.2	Hasil Wawancara Dengan Pemilik Paras Lawas Kopi	29
4.1.3	Deskripsi Profil Informan	31
4.1.3.1	Informan Yang di Wawancarai	32
4.1.4	Pengolahan Data Hasil Wawancara.....	34
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.2.1	Latar Belakang Niat Pelanggan Untuk Membeli Kembali Kopi Secara Online Di Paras Lawas Kopi	82
4.2.2	Strategi Merumuskan Positioning Kopi Kekinian Berbasis Online Dalam Pasar Minuman Kopi Di Indonesia.....	86
4.2.3	Implikasi Penelitian	88
4.2.3.1	Implikasi Teoritikal.....	88
4.2.3.2	Implikasi Manajerial	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan.....	92

5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	98
LAMPIRAN I.....	98
LAMPIRAN II	102
LAMPIRAN III	111
LAMPIRAN IV	120
LAMPIRAN V	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Konsumen Yang Melakukan Pembelian Ulang Kopi Kekinian di Paras lawas kopi (Periode bulan April – Juni 2023).....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Teknik Validitas Data	22
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informan.....	25
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 1	34
Tabel 4. 3 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 1	38
Tabel 4. 4 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 2	40
Tabel 4. 5 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 2	43
Tabel 4. 6 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 3	45
Tabel 4. 7 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 3	48
Tabel 4. 8 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 4.....	50
Tabel 4. 9 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 4	53
Tabel 4. 10 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 5	56
Tabel 4. 11 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 5	60
Tabel 4. 12 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 6	62
Tabel 4. 13 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 6	66
Tabel 4. 14 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 7	69
Tabel 4. 15 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 7	72
Tabel 4. 16 Hasil Wawancara Narasmuber Topik 8	75
Tabel 4. 17 Pengkodean Hasil Wawancara Narasumber Topik 8	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	13
Gambar 4. 1 Logo Paras Lawas Kopi	29
Gambar 4. 2 Owner Paras Lawas Kopi (Moh. Shah Farel)	29
Gambar 4. 3 Informan Vina Kirana	32
Gambar 4. 4 Informan Miftah Farid	32
Gambar 4. 5 Informan Hasnul Fadhilah	33
Gambar 4. 6 Informan Umar Bassam	33