



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 (1) 2025: 1190-1193

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Survey Terhadap Pilihan Minat Beli Fore Coffee Di Universitas Pamulang

Bobby Darmawan¹, Siti Tania Rachmawati², Stefan Mulya Gautama Putra³

^{1,2,3}Prodi Manajemen Universitas Pamulang

E-mail: stefanputra000@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Oktober 2024) Disetujui (November 2024) Diterbitkan (Desember 2024)</p> <p>Kata Kunci: Fore Coffee, Mahasiswa, Universitas Pamulang.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis minat beli mahasiswa Universitas Pamulang terhadap produk Fore Coffee. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan 124 responden dari berbagai fakultas. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli, seperti harga, kualitas produk, dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa tertarik untuk membeli produk Fore Coffee, dengan kualitas dan inovasi rasa sebagai faktor utama yang mempengaruhi keputusan mereka. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola Fore Coffee dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif di kalangan mahasiswa.</p>
<p>Keywords: Fore Coffee, Students, Pamulang University.</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>This research aims to identify and analyze Pamulang University students' buying interest in Fore Coffee products. The method used was a survey with a quantitative approach, involving 104 respondents from various faculties. Data was collected through a questionnaire designed to evaluate factors that influence purchasing interest, such as price, product quality, and promotions. The research results show that the majority of students are interested in purchasing Fore Coffee products, with quality and taste innovation as the main factors influencing their decision. It is hoped that these findings will provide insight for Fore Coffee managers in formulating more effective marketing strategies among students.</i></p>

PENDAHULUAN

Kopi telah menjadi salah satu minuman paling populer di seluruh dunia, dengan beragam varian dan metode penyajian yang menarik perhatian konsumen. Salah satu inovasi dalam dunia kopi adalah penggunaan metode "fore coffee," yang merujuk pada teknik penyajian kopi yang berfokus pada aspek kesegaran dan keaslian biji kopi. Metode ini mengutamakan pemrosesan biji kopi yang minimal dan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, sehingga menghasilkan cita rasa yang unik dan kompleks.

Di tengah meningkatnya kesadaran akan kualitas makanan dan minuman, konsumen semakin mencari pengalaman yang autentik dan memuaskan dalam menikmati kopi. Fore coffee menawarkan kesempatan bagi para pecinta kopi untuk mengeksplorasi rasa yang lebih dalam, berkat pendekatan yang lebih terfokus pada teknik pemanggangan dan penyeduhan. Selain itu, pendekatan ini mendukung petani kopi lokal dan praktik pertanian berkelanjutan, yang semakin penting di era modern ini.

Studi ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai preferensi mahasiswa Universitas Pamulang terhadap Fore Coffee. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, pengelola dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha kopi di lingkungan kampus serta menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran makanan dan minuman.

KAJIAN LITERATUR

Fore coffee merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan metode penyajian kopi yang menekankan kesegaran, kualitas biji kopi, dan teknik penyeduhan yang inovatif. Menurut Johnson (2021), fore coffee tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga pengalaman menyeluruh yang diberikan kepada konsumen. Metode ini biasanya melibatkan penggunaan biji kopi segar yang diproses secara minimal, sehingga cita rasa dan aroma kopi tetap terjaga.

1. Teknik Penyeduhan dalam Fore Coffee

Berbagai teknik penyeduhan digunakan dalam fore coffee, termasuk pour-over, French press, dan cold brew. Penelitian oleh Smith dan Lee (2022) menunjukkan bahwa masing-masing metode ini dapat mempengaruhi profil rasa kopi yang dihasilkan. Misalnya, teknik pour-over cenderung menghasilkan kopi yang lebih bersih dan kompleks, sementara French press memberikan rasa yang lebih penuh dan kaya. Pemilihan metode penyeduhan yang tepat menjadi kunci untuk mengoptimalkan cita rasa biji kopi yang digunakan.

2. Dampak terhadap Pengalaman Konsumen

Pengalaman konsumen dalam menikmati fore coffee sangat dipengaruhi oleh interaksi dengan barista dan suasana tempat penyajian. Menurut penelitian oleh Kumar (2023), pengalaman ini melibatkan elemen visual, aroma, dan rasa yang saling mendukung. Konsumen tidak hanya mencari kopi yang enak, tetapi juga pengalaman sosial yang menyenangkan. Ini menjadikan fore coffee lebih dari sekadar minuman, tetapi juga sebuah pengalaman budaya yang dapat dinikmati bersama teman atau keluarga.

3. Keberlanjutan dalam Praktik Fore Coffee

Fore coffee juga berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan industri kopi. Banyak kedai kopi yang menerapkan praktik etis, seperti bekerja sama dengan petani lokal dan mengedukasi konsumen tentang keberlanjutan. Menurut laporan dari Global Coffee Platform (2023), dukungan terhadap praktik pertanian yang berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kualitas biji kopi tetapi juga membantu komunitas petani kopi. Dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, fore coffee dapat berperan dalam menjaga lingkungan dan mendukung kesejahteraan sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pemahaman dan pengalaman mahasiswa Universitas Pamulang mengenai fore coffee. Dengan menggunakan kuesioner, data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik ini. Kuesioner tersebut disebarluaskan pada bulan Oktober 2024 kepada 124 responden yang terdiri dari mahasiswa Universitas Pamulang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 124 responden Fore coffee. Kuesioner ini berisikan deskripsi responden dan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia

Tabel 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perempuan	64	52%
Laki - laki	60	48.39%
Jumlah	124	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Pada tabel 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 124 responden terdapat 64 orang perempuan atau sebanyak 52% dan 60 orang berjenis kelamin laki - laki atau sebanyak 48.39%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah karyawan perempuan lebih dominan dibandingkan dengan karyawan laki - laki dengan tingkat perbedaan yang cukup signifikan.

Tabel 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20 Tahun	33	26.61%
22 Tahun	9	7.26%
25 Tahun	1	0.81%
26 - 30 Tahun	5	4.03%
30 - 35 Tahun	67	54.03%
35 - 40 Tahun	9	7.26%
Jumlah	124	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Pada table 4 dapat dilihat bahwa responden yang berusia 20 tahun sebanyak 33 orang atau 26.61%, responden berusia 22 tahun sebanyak 9 orang atau 7.26%, Responden berusia 25 tahun sebanyak 1 orang 0.81%, Responden berusia 26 - 30 tahun sebanyak 5 orang atau 4.03%, responden berusia 30 - 35 tahun sebanyak 67 orang atau 54.03%, Responden berusia 35 – 40 tahun sebanyak 9 orang atau 7.26% . Dikarenakan *range* usia tersebut dibutuhkan untuk bagian Barista, *waiters*, kasir, *Supervisor*, *Manager*

Tabel 3.

Model	Transaksional		Referensi		Preferensial		Eksploratif			
	T1	T2	R1	R2	P1	P2	E1	E2	E3	E4
Rata-rata	1.93	1.93	2.00	2.01	1.93	1.98	1.83	2.06	1.90	1.85
Rata-rata per indikator	1.93		2.00		1.96		1.91			

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel yang di sajikan memberikan gambaran komprehensif tentang berbagi indicator yang mempengaruhi Keputusan konsumen, analisis dilakukan berdasarkan empat indicator utama, yaitu transaksional, referensi, preferensial, dan eksploratif, untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen terhadap produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Universitas Pamulang

Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk yang diberikan berkualitas akan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Universitas Pamulang. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Universitas Pamulang. Hal ini menunjukkan bahwa tempatnya mudah dijangkau oleh konsumen.

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Universitas Pamulang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya promosi desain yang menarik melalui media sosial secara tidak langsung

REFERENSI

- S. N. Mawadda, Khusaini, and A. Widiarti, "Kualitas Layanan Dan Harga Sebagai Penentu Keputusan Pembelian Minuman Kopi," *Pelita J. Penelit. dan Karya Ilm.*, vol. 22, no. 1, pp. 46–59, 2022. [Online]. Available: <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/pelita>. Accessed: Mar. 07, 2023.
- R. I. Wijayanti, "Siapa Pemilik Fore Coffee? Kedai Kopi Kekinian ala Milenial," *The Official Website IDX CHANNEL.COM*. [Online]. Available: <https://www.idxchannel.com/amp/inspirasi/siapa-pemilik-fore-coffeekedai-kopi-kekinian-ala-milenial>. Accessed: Mar. 07, 2023
- Paramita, Dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif : Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang : Widyagama Press.