

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PADA KOPI
KELILING “JAGO” DI DKI JAKARTA**

FEBY FITRI AMALIA

1702521071



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL

PROGRAM SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES “JAGO” MOBILE
COFFEE IN DKI JAKARTA***

FEBY FITRI AMALIA

1702521071



Intelligentia - Dignitas

*This thesis was prepared as one of the requirements for obtain a Bachelor's
Degree of Digital Marketing at Faculty of Economics and Business, State
University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM DIGITAL MARKETING
STUDY PROGRAM BACHELOR OF APPLIED
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2025

ABSTRAK

FEBY FITRI AMALIA. Analisis Preferensi Konsumen pada Kopi Keliling “Jago” di DKI Jakarta: Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menentukan preferensi konsumen pada kopi keliling “Jago” di DKI Jakarta. Menggunakan metode penelitian kuantitatif yang diukur dengan skala *likert* dan menggunakan *Conjoint Analysis* untuk mengetahui atribut dan level yang paling memengaruhi keputusan konsumen. Populasi yang digunakan adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 17 – 26 tahun, berdomisili di DKI Jakarta dan yang telah melakukan pembelian dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebanyak 96 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden secara *online* dengan *Google Form* melalui media sosial Instagram. Teknik analisis penelitian ini yaitu menggunakan *software* SPSS (*Stastical Program for Social Sciene*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut pelayanan menjadi faktor yang paling penting terhadap preferensi konsumen, diikuti oleh pelayanan, kualitas produk, kemasan, informasi ramah lingkungan, harga dan merek.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, kopi keliling, *conjoint analysis*, Kopi Jago, DKI Jakarta.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

FEBY FITRI AMALIA. *Analysis of Consumer Preferences for “Jago” Mobile Coffee in DKI Jakarta: Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025.*

This study aims to identify the factors that influence consumer preferences for the “Jago” mobile coffee service in DKI Jakarta. It employs a quantitative research method measured using a Likert scale and utilizes Conjoint Analysis to determine the attributes and levels that most influence consumer decisions. The population includes males and females aged 17–26 years, residing in DKI Jakarta, who have made a purchase within the last three months. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 96 respondents obtained through an online questionnaire distributed via Google Forms on Instagram. The data were analyzed using SPSS (Statistical Program for the Social Sciences) software. The results indicate that service attributes are the most important factor in consumer preferences, followed by service, product quality, packaging, eco-friendly information, price and brand.

Keywords: Consumer preference, mobile coffee, conjoint analysis, Jago Coffee, DKI Jakarta.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Fitri Amalia

NIM : 1702521071

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen pada Kopi Keliling “Jago” di DKI Jakarta” ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar Pustaka

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 02 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Feby Fitri Amalia

NIM. 1702521071

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Ketua Sidang)		24 Juli 2025
2	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Penguji Ahli 1)		30 Juli 2025
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP NIP. 199111022022032013 (Penguji Ahli 2)		17 Juli 2025
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si NIP. 197206171999031001 (Pembimbing 1)		17 Juli 2025
5	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP. 199107022023211023 (Pembimbing 2)		17 Juli 2025
Nama : Feby Fitri Amalia No. Registrasi : 1702521071 Program Studi : D4 - Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 07 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Feby Fitri Amalia
NIM : 1702521071
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Pemasaran Digital
Alamat email : febyfitriamalia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"Analisis Preferensi Konsumen pada Kopi Keliling "Jago" di DKI Jakarta"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Agustus 2025

Penulis

(Feby Fitri Amalia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen pada Kopi Keliling ”Jago” di DKI Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Proses penyusunan skripsi ini telah melalui perjalanan yang penuh pembelajaran, baik dari sisi akademis maupun pribadi. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari peran banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, serta semangat kepada penulis. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang sudah selalu memberikan support dan arahan kepada mahasiswa Pemasaran Digital selama penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing I, yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap kritik dan saran yang diberikan telah menjadi pijakan penting dalam menyempurnakan karya ini.

4. Bapak Adnan Kasofi, S.Pd., MBA selaku Dosen Pembimbing II, yang juga dengan penuh kesabaran dan perhatian turut membimbing serta memberikan pandangan yang tajam dan membangun selama proses ini berlangsung. Terima kasih atas waktu dan ilmu yang telah dibagikan dengan tulus.
5. Kepada Papa dan Mama, cinta pertama dan pintu surga penulis, sosok luar biasa yang tidak pernah berhenti menjadi sumber kekuatan, pelipur lara dan penyemangat utama dalam hidup penulis. Terima kasih atas setiap doa yang tidak terdengar, namun selalu terasa. Atas setiap pengorbanan yang tak pernah disebut, namun selalu penulis rasakan. Penulis tahu, tanpa ridho dan restu kalian, langkah ini takkan pernah sampai.
6. Kepada adik penulis yaitu S. Nurfadilah yang mungkin tak banyak berkata, tapi selalu hadir sebagai kekuatan dalam diam. Terima kasih telah menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah benar-benar sendiri.
7. Kepada Putri Melyana dan Dyah Astuti dua sahabat yang telah menemani sejak awal perkuliahan, tidak hanya menemani dalam tawa, tapi juga dalam tangis dan lelah. Terima kasih telah menjadi tempat bersandar saat dunia terasa terlalu berat. Kalian adalah bagian paling berharga dari perjalanan ini.
8. Kepada seluruh teman seperjuangan D4 Pemasaran Digital 2021 terima kasih atas semua kenangan, diskusi, kebersamaan dan semangat yang saling menguatkan. Kalian bukan sekadar rekan akademik, tapi juga bagian dari kisah yang akan penulis kenang sepanjang hidup.
9. Kepada seseorang yang pernah memberi warna namun juga mematahkan hati penulis, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, meski hanya

sejenak. Dari kepergianmu, penulis belajar tentang melepaskan, tentang menerima hal-hal yang tidak bisa dipaksakan. Ini bukan tentang menyerah, melainkan tentang bertumbuh. Tentang bagaimana luka bisa menjadi alasan untuk bangkit, memperbaiki diri dan melanjutkan hidup dengan versi terbaik yang lebih kuat dari sebelumnya.

10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, baik dalam bentuk dukungan moral, bantuan teknis, maupun doa yang tulus. Terima kasih atas kehadiran kalian di sepanjang proses ini.
11. *Last but not least*, terima kasih kepada seorang anak perempuan yang selama ini ternyata jauh lebih kuat dari yang pernah ia kira yaitu diriku sendiri. Terima kasih sudah bertahan, meski sering merasa tertinggal. Terima kasih sudah terus berjalan, meski langkahmu sempat ragu setelah dua tahun *gap year* yang tak mudah. Tak banyak yang tahu beratnya memulai dari nol lagi saat teman-teman sudah lebih dulu melaju. Tapi kamu memilih untuk tetap bangkit, tetap belajar, tetap percaya bahwa setiap orang punya waktunya sendiri. Hari ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tapi juga tentang merayakan keberanianmu untuk tidak menyerah. Jangan lupa untuk selalu merayakan hal-hal kecil sebagai bentuk cinta dan penghargaan atas prosesmu sendiri. Karena setiap langkah, sekecil apa pun, adalah bukti bahwa kamu terus bergerak. Kamu layak bahagia.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	28
C. Tujuan Penelitian.....	28
D. Manfaat Penelitian	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	30
A. Landasan Teori	30
1. Preferensi Konsumen	30
2. Dimensi Preferensi Konsumen.....	35
3. Efektivitas Aplikasi Digital	38

B. Penelitian Terdahulu.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Pengembangan Instrumen	51
1. Definisi Konseptual.....	51
2. Definisi Operasional.....	52
3. Instrumen Penelitian.....	52
F. Uji Instrumen Penelitian	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reliabilitas	57
G. Teknik Analisis Data	58
1. Analisis Deskriptif	58
2. Metode <i>Conjoint</i>	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Analisis Deskriptif	63

1. Karakteristik Responden	63
2. Uji Instrumen Penelitian	68
B. Analisis Conjoint.....	71
C. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Implikasi.....	91
1. Implikasi Teoretis	91
2. Implikasi Praktis	92
C. Keterbatasan Penelitian.....	93
D. Rekomendasi.....	93
1. Bagi Pelaku Usaha	93
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	103

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia 2022/2023.	1
Gambar 1. 2 Gerobak Kopi Jago.	6
Gambar 1. 3 Penjualan Perhari Jago.	8
Gambar 1. 4 Testimoni Kopi Jago.	9
Gambar 1. 5 Indikator Rasa.	10
Gambar 1. 6 Indikator Fitur Produk.	11
Gambar 1. 7 Indikator Daya Tahan Kemasan.	12
Gambar 1. 8 Indikator Harga Terjangkau.	13
Gambar 1. 9 Indikator Harga Sesuai dengan Manfaat yang di Rasakan.	14
Gambar 1. 10 Indikator Harga Bersaing dengan Produk Lain Sejenis.	15
Gambar 1. 11 Indikator <i>Reliability</i> (keandalan).	16
Gambar 1. 12 Indikator <i>Assurance</i> (jaminan).	16
Gambar 1. 13 Indikator <i>Responsiveness</i> (daya tanggap).	17
Gambar 1. 14 Indikator Merek Mudah Dikenali.	18
Gambar 1. 15 Indikator Merek Terpercaya.	19
Gambar 1. 16 Indikator Merek Paling Diminati.	19
Gambar 1. 17 Indikator Material.	20
Gambar 1. 18 Indikator <i>Consistent</i> (Konsisten).	21
Gambar 1. 19 Indikator Kemudahan didaur Ulang.	22
Gambar 1. 20 Indikator Transportasi Ramah Lingkungan.	23
Gambar 1. 21 Indikator Edukasi Konsumen.	24
Gambar 1. 22 Indikator Kampanye Kesadaran Lingkungan.	25

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	51
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 9 Nilai Utility Masing-Masing Atribut.....	71
Tabel 4. 10 Importance Values	79
Tabel 4. 11 Nilai Korelasi Analisis Conjoint.....	82
Tabel 4. 12 Tabel Peringkat Atribut	83

Intelligentia - Dignitas

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data.....	110
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	113
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	114
Lampiran 5. Hasil Conjoint.....	115
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	117
Lampiran 7. Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	118
Lampiran 8. Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	119
Lampiran 9. Riwayat Hidup.....	120



Intelligentia - Dignitas