

## Perilaku Konsumsi Kopi di Kota Tamiang Layang, Kabupaten Barito Timur, Kalimantan Tengah

Irvan Rianto\*, Arum Ambarsari, Siwi Istiana Dinarti

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

\*Email Korespondensi: [irvanriantobibli110@gmail.com](mailto:irvanriantobibli110@gmail.com)

### ABSTRAK

Salah satu tren di bidang bisnis kopi yang sedang berkembang di Kota Tamiang Layang adalah menjamurnya *coffee shop*. Masyarakat Kota Tamiang Layang telah memiliki kebiasaan dan gaya hidup untuk menghabiskan uang dan waktu luang mereka dengan membeli kopi di kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, Barito Timur, Kalimantan Tengah. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi kopi meliputi konsumen menyukai kopi > 3 tahun (63%), sering mengonsumsi kopi di kedai kopi (37%), memesan 1 gelas/hari di kedai (77%), minum kopi pada malam hari (53%), menyukai sajian kopi jenis kopi susu (33%), menikmati kopi pada kondisi dingin (50%), sering mengunjungi Café Janji Jiwa (37%), memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang dengan alasan tempat yang nyaman (30%), jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan adalah Cappuccino (27%), dan alasan konsumen memilih jenis varian olahan kopi karena rasa yang kuat dan khas (63%).

**Kata Kunci:** perilaku, konsumsi, kopi.

### PENDAHULUAN

Salah satu produk pertanian di subsektor perkebunan yang memiliki potensi pengembangan yang cukup signifikan adalah kopi. Hampir setiap negara di dunia, termasuk Indonesia, masyarakat menikmati minum kopi. Karena munculnya kebiasaan baru, tren minum kopi berkembang cukup pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Saat ini konsumsi kopi di Indonesia meningkat hingga 7,7% dalam setahun, lebih besar dari rata-rata global sebesar 2,5% dalam setahun. Kopi merupakan komoditas utama di Indonesia dan membantu meningkatkan perekonomian negara (Rahmah et al, 2018).

Pengolahan biji kopi bertujuan untuk menghasilkan biji kopi kering, bebas kulit buah, bebas kerut dan pecah, berwarna hijau kebiruan (kopi tanpa kulit) yang memenuhi spesifikasi perdagangan. Pengolahan basah dan pengolahan kering merupakan dua metode utama yang digunakan untuk mengubah biji kopi menjadi biji kopi (Kunarto, 2008). Kotler dan Keller (2016) dalam Nugraha (2021) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi itu terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi (Wahyudi, Ambarsari, Ismiasih, 2018).

Konsumsi, dalam definisi yang paling luas, mengacu pada pemenuhan kebutuhan (Firat, 2013). Menurut Don Slater dalam Damsar (2009), konsumsi adalah cara orang yang berkebutuhan berhubungan dengan apa pun (dalam hal ini, materi, simbol, layanan, atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Orang dapat menemukan kepuasan dalam

berbagai cara, termasuk melalui menikmati, memperhatikan, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, dan aktivitas lainnya. Dengan demikian, penjelasan Slater tentang konsumsi konsisten dengan kutipan Featherstone (2001) dari Raymon Williams sebagai sumber istilah konsumsi, yang didefinisikan sebagai —menghancurkan, menggunakan, menghambur-hamburkan, dan membelanjakanll (Damsar, 2009).

Kebiasaan konsumsi yang dibahas di sini adalah kebiasaan para peminum kopi yang berkaitan dengan budaya masyarakat pengkonsumsinya (Adiwinata, Sumarwan, Simanjuntak, 2021). Menurut Schiffman dan Kanuk (1994), studi perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seseorang memilih untuk mengalokasikan sumber daya (waktu, uang, usaha, dan energi) yang dapat diakses oleh mereka (Sumarwan, 2003). Perilaku konsumen dihasilkan dari ketegangan antara memiliki jumlah uang yang terbatas dan keinginan untuk mengkonsumsi sebanyak mungkin barang dan jasa agar merasa benar-benar puas (Joerson, 2012). Menurut Nugraha (2022), perilaku konsumen sangat signifikan bagi mereka yang ingin mempengaruhi atau mengubahnya karena berbagai alasan, termasuk mereka yang fokus utamanya adalah pemasaran.

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (dalam Firmansyah, 2020), perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan memutuskan apakah akan membeli sesuatu, menggunakan dan mengkonsumsi barang dan jasa yang diperolehnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan tersebut. Selain itu, Iswansyah (2021) menggarisbawahi bahwa perilaku konsumen adalah tindakan memilih satu barang dari berbagai jenis untuk dibelidan disimpan. Perilaku mengkonsumsi kopi juga terjadi di Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah. Jenis kopi yang banyak diproduksi di Barito Timur, Kalimantan Tengah adalah kopi robusta. Berikut dijelaskan luas (Ha) dan produksi (Ton) kopi robusta di Barito Timur dari tahun 2016 sampai dengan 2018.

Tabel 1. Luas Areal dan Produksi Kopi Robusta

Kabupaten/Kota/ Provinsi	Kopi					
	Luas i(Ha)			Produksi i(Ton)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Barito Selatan	76.50	76.50	66.50	7.80	3.50	0.20
Barito Utara	7.50	7.50	18.75	2.91	4.40	5.81
Barito Timur	31.42	30.72	33.22	10.63	10.33	10.33

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Tengah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 produksi kopi robusta pada tahun 2016 adalah 10,63 ton, tahun 2017 adalah 10,33 ton, dan tahun 2018 adalah 10,33 ton. Kopi robusta didistribusikan untuk mencukupi kebutuhan kopi masyarakat dan pada Coffees Shop di wilayah Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah. Kopi robusta merupakan minuman klasik yang cenderung lebih keras karena dibuat hanya dengan ampas kopi murni dan air mendidih. Ia juga memiliki tekstur yang lebih kasar, lebih banyak pulp, aroma kopi yang lebih kuat, lebih banyak efek samping, dan dapat diubah kekentalannya agar sesuai dengan selera penonton.

Salah satu tren di bidang bisnis kopi yang sedang berkembang di Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah adalah menjamurnya coffee shop. Coffees Shop alias kedai kopi yang sekarang bisa didirikan dengan biaya relatif bersahabat (tentu dengan mengedepankan konsep minimalis di berbagai aspek), juga sudah mulai bertebaran di Kota Tamiang Layang di Barito Timur. Hal ini didasari dengan berkembangnya pendapatan kopi di Barito Timur. Hasil kopi di Barito Timur pada tahun 2016 sebanyak 10,63 ton, tahun 2017 dan 2018 masing-masing sebanyak 10,33 ton (BPS Kalimantan Tengah, 2022).

Coffees Shop alias kedai kopi dapat memanfaatkan kopi yang dihasilkan tersebut untuk mengembangkan bisnis kopi di berbagai kedai kopi.

Masyarakat Kota Tamiang Layang di Barito Timur, Kalimantan Tengah telah memiliki kebiasaan dan gaya hidup untuk menghabiskan uang dan waktu luang mereka dengan membeli kopi di kedai kopi. Masyarakat menghabiskan waktuluang mereka bersama teman-teman untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopidengan alasan lebih ramai, dapat berdiskusi lebih lama, dan bahkan bersenda gurau bersama teman-teman. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fauzi et al.(2017) bahwa kebutuhan untuk bersosialisasi dan aktualisasi diri tentang gayahidup banyak dilakukan di coffee shop. Menurut Kurniawan & Ridlo (2017), kopimempunyai kenikmatan tersendiri di hati masyarakat dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung dalam berkomunikasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metodologi yang dibangun di atas filosofi yang diterapkan untuk mempelajari kondisi ilmiah (eksperimen), dimana peneliti berperan sebagai instrumen, strategi pengumpulan data menekankan makna, dan analisis kualitatif digunakan untuk membuat inferensi. Sampel penelitian ini adalah 30 konsumen kopi 10 konsumen di kedapi kopi Warunk Coffee, 10 konsumen di kedapi kopi Kedai Hangout, dan 10 konsumen di Cafe Janji Jiwa.

Data primer adalah hasil wawancara dengan responden, sedangkan data sekunder berupa jurnal dan buku. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis deskriptif dengan mencari persentase pada setiap aspek.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Cara pengguna kopi saat ini paling terkenal adalah memesan kopi dengan melibatkan pembelian sejumlah besar barang yang lainnya yang tidak diperlukan. Dalam hal itu orang cenderung disibukkan dengan masalah dorongan (keinginan) daripada aspek keharusan dan bahwa keinginan akan kesenangan duniawi saja cenderung menguasai manusia. Menurut penelitian ini, masyarakat cenderung memenuhi kebutuhan artifisial untuk dicap sebagai manusia modern daripada mewujudkan keinginan esensialnya. Peminum kopi seringkali berperilaku konsumtif dengan membeli barang untuk mempertahankan status dan penampilan.

Salah satu perilaku yang digunakan untuk mengisi waktu luang adalah konsumsi kopi. Peminum kopi terlibat dalam kebiasaan mengkonsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Ini bukan hasil dari pertumbuhan media sosial atau iklan online atau faktor lainnya. Selain media sosial dan teman, keadaan keluarga juga akan berdampak pada seberapa banyak orang minum kopi. Seorang anak telah mengambil kebiasaan minum kopi yang biasanya diperlihatkan oleh orang tua. Saat ini, semua kelas sosial—mulai dari kalangan menengah ke atas—melakukan perilaku minum kopi. Anak-anak dan orang dewasa sama-sama minum kopi, tetapi anak muda yang minum banyak akan menonjol. Kopi bukan lagi hanya minuman bagi orang tua. Kopi dapat memberi energi untuk memulai aktivitas rutin di pagi hari. Berikut penjelasan tentang perilaku peminum kopi di Kota Tamiang.

### **1. Lama menyukai minum kopi di kedai kopi**

Penjelasan lama waktu konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Lama menyukai minum kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Lama menyukai minum kopi Di kedai kopi (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1	3	10
2	1 - 3	8	27
3	> 3	19	63
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan table 1 dapat dilihat bahwa lama menyukai minuman kopi dikota Tamiang Layang menurut sebagian besar konsumen adalah > 3 tahun dengan alasan kopi memiliki cita rasa yang khas dan dapat meningkatkan semangat dalam beraktivitas sehari-hari. Responden memiliki kebiasaan mengkonsumsi kopi di rumah dan di kedai kopi secara inten dalam kurun waktu lebih dari 3 tahun. Hal ini menjadi kebiasaan mengkonsumsi kopi di kedai kopi.

## 2. Frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi

Penjelasan frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Frekuensi mengkonsumsi kopi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Frekuensi mengkonsumsi kopi Di kedai kopi (per minggu)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sangat sering ( > 3)	8	27
2	Sering (2-3)	11	37
3	Kadang-kadang (1)	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa konsumen sering mengkonsumsi kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang yaitu sama. Artinya, responden sering mengunjungi kedai kopi dalam berbagai kesempatan dengan frekuensi 2 sampai 3 kali seminggu. Responden selalu memanfaatkan waktu luang untuk mengunjungi kedai kopi untuk mengkonsumsi kopi setiap minggu dengan frekuensi 3> kali dalam seminggu untuk sering dan 1 sampai 2 kali dalam seminggu untuk yang kadang-kadang baik sendiri maupun bersama dengan teman- temannya. Responden suka berkumpul dengan teman-teman atau menghabiskan waktu luang dengan secangkir kopi selama akhir pekan.

## 3. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi

Penjelasan jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jumlah kopi yang dipesan (cangkir/gelas)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1	23	77
2	2	7	23
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah kopi yang dipesan di kedai sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah 1 gelas/hari. Artinya, setiap responden

mengunjungi kedai kopi mereka memesan kopi 1 gelas/hari dan dianggap cukup untuk membangkitkan stamina kembali agar semangat menjalankan rutinitas harian. Dapat dipertegas bahwa jumlah kopi yang dipesan di kedai sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah 1 gelas/hari. Hal ini menunjukkan bahwa peminat kopi juga memperhatikan kesehatan dengan mengatur jumlah konsumsi. Menurut Budiarto et al. (2017), sebagian besar peminat kopi mengetahui bahwa kopi mengandung kafein. Kopi yang mengandung kafein akan meningkatkan debar jantung dan naiknya tekanan darah.

#### 4. Waktu terbaik saat menikmati kopi di kedai kopi

Penjelasan jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah kopi yang dipesan di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jumlah kopi yang dipesandi kedai kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pagi	2	7
2	Siang	2	7
3	Sore	10	33
4	Malam	16	53
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat waktu luang untuk minum kopi sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah malam hari. Alasannya adalah malam hari memiliki waktu yang lebih panjang karena tidak ada lagi aktivitas harian yang dilakukan, sehingga malam hari menjadi kesempatan bagi responden untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi. Minum kopi malan hari tidak dianjurkan karena kafein bisa menstimulasi sistem saraf pusat agar tetap terjaga, mengonsumsinya dekat waktu tidur bisa mengganggu total waktu tidur dalam yang kita butuhkan agar bisa merasa segar.

#### 5. Jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi

Penjelasan jenis sajian kopi yang paling disukai bagi konsumen kopi di Kota Tamiang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi

No	Jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi	Jumlah(orang)	Persentase(%)
1	Espresso	2	7
2	Latte	2	7
3	Cappucino	4	13
4	Kopi susu	10	33
5	Kopi rasa buah	2	7
6	Americano	3	10
7	Kopi instant murni	1	3
8	Kopi hitam	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa jenis sajian kopi yang paling disukai di kedai kopi menurut sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang Layang adalah sajian kopi jenis kopi susu. Jenis ini meberikan rasa kombinasi antara kopi dan susu, sehingga terasa nikmat ketika dikonsumsi. Susu juga menjadi tambahan kopi paling populer yang sudah digunakan dalam berbagai resep kopi di seluruh dunia yang tidak hanya sekedar untuk

menambahkan rasa namun juga banyak manfaat kopi susu lain yang bisa didapatkan seperti ulasan dari kami berikut ini.

#### 6. Kondisi menikmati kopi

Penjelasan kondisi menikmati kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kondisi menikmati kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang

No	Kondisi menikmati kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Dingin	15	50
2	Hangat	4	13
3	Panas	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat kondisi menikmati kopi menurut sebagian besar konsumen kopi di Kota Tamiang adalah dingin. Responden yang sebagian besar remaja lebih menyukai kopi yang disajikan dalam kondisi dingin dan dianggap dapat menghilangkan rasa dahaga dengan kondisi cuaca yang panas. Kopi dingin sekilas memang terlihat sama saja. Minuman dingin ini menjadi pelepas dahaga yang nikmat diminum saat haus melanda. Ternyata terdapat beberapa perbedaan antara es kopi dan kopi dingin. Tentunya hal tersebut akan berpengaruh pada rasa minuman yang akan kamu nikmati ini.

#### 7. Satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi di Tamiang Layang

Penjelasan satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi di kedai kopi bagi konsumen kopi di Kota Tamiang Layang menyukai minum kopi di kedai kopi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi konsumen di kedai kopi di Kota Tamiang Layang

No	Satu macam <i>coffee shop</i> yang paling sering dikunjungi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kedai kopi Warunk Coffee	9	30
2	Kedai Hangout	10	33
3	Cafe Janji Jiwa	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa satu macam *coffee shop* yang paling sering dikunjungi konsumen di kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah café janji jiwa, namun ketiga lokasi tersebut banyak dikunjungi oleh konsumen. Kedai kopi tersebut memiliki lahan yang lebih luas dan memiliki pelayanan fasilitas yang dianggap memadai oleh responden dan cukup lengkap. Faktor yang menjadi tertarik untuk *minum kopi* kekinian disebutkan *karena* faktor tempat atau *kedai* yang nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman.

#### 8. Alasan memilih kedai kopi

Konsumen kopi memilih kedai kopi pilihan untuk mengonsumsi kopi karena berbagai alasan. Alasan memilih di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Alasan memilih di kedai kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang

No	Alasan memilih kedai kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tempatnya nyaman	9	30
2	Memiliki WiFi	1	3
3	Menu variatif	4	13
4	Relatif murah	6	20
5	Dekat rumah	5	17
6	Kualitas kopi bagus	2	7
7	Rasanya enak	3	10
Jumlah		30	100

Sumber: Data primer, 2023.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa alasan memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang adalah tempat yang nyaman. Kedai kopi tersebut memiliki lahan yang cukup luas dan diperkuat dengan desain kedai yang kekinian sehingga mengundang banyak konsumen untuk datang.

9. Jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan di kedai kopi yang dikunjungi

Jenis olahan kopi yang diminati oleh konsumen kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Jenis olahan kopi yang diminati oleh konsumen kopi yang mengkonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Jenis olahan kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Roti bakar dengan selai kopi	1	3
2	Kue rasa kopi	2	7
3	Kopi robusta	2	7
4	Cappucino	7	23
5	Kopi susu	5	17
6	Kopi hitam	4	13
7	Moca	2	7
8	Kopi rasa buah	1	3
9	latte	2	7
10	Espresso	4	13
Jumlah		30	100

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan di kedai kopi yang dikunjungi adalah Cappucino. Alasannya adalah Cappucino memiliki aroma yang khas dan rasa yang khas juga. Cappuccino merupakan kopi yang populer dari Italia karena lebih sering dan lebih banyak dikonsumsi. Rasanya yang tidak terlalu pahit seperti espresso, membuat cappuccino lebih mudah diterima oleh lidah semua orang khususnya kalangan muda. Komposisinya terdiri atas espresso dan tambahan susu cair serta busa di atasnya. Ada juga beberapa orang suka mengganti susu dengan bubuk coklat atau bubuk kayu manis.

10. Alasan memilih jenis varian olahan kopi

Alasan memilih jenis varian olahan kopi di kedai kopi di Kota Tamiang Layang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Alasan memilih jenis varian olahan kopi oleh konsumen kopi yang mengonsumsi kopi di Kota Tamiang Layang

No	Alasan memilih jenis varian olahan kopi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rasa yang kuat dan khas	19	63
2	Aroma yang kuat	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa alasan memilih jenis varian olahan kopi adalah rasa yang kuat dan khas. Artinya, kopi yang dikonsumsi memiliki rasa yang kuat sesuai dengan jenis kopinya dan khas dari mana asal kopi tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku konsumsi kopi di Kota Tamiang Layang, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi kopi meliputi konsumen menyukai kopi > 3 tahun (63%), sering mengonsumsi kopi di kedai kopi (37%), memesan 1 cangkir/gelas di kedai (77%), minum kopi pada malam hari (53%), menyukai sajian kopi jenis kopi susu (33%), menikmati kopi pada kondisi dingin (50%), sering mengunjungi Café Janji Jiwa (37%), memilih kedai kopi di Kota Tamiang Layang dengan alasan tempat yang nyaman (30%), jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan adalah Cappuccino (27%), dan alasan konsumen memilih jenis varian olahan kopi karena rasa yang kuat dan khas (63%).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan; CV. Penerbit Qiara Media.
- Anas Sudijono. (2015). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta : PT. Raja.Grafindo Persada
- Ari Wahyudi, Arum Ambarsari, Ismiasih. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi di Kecamatan Pangkalan Banteng Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsi Kalimantan Tengah. Jurnal Masepi, Vol.3, No.2, Oktober 2018.
- Budianto et al. (2017). Karakteristik Fisik Kualitas Biji Kopi Dan Kualitas Kopi Bubuk Sintaro 2 Dan Sintaro 3 Dengan Berbagai Tingkat Sangrai. Jurnal Agroindustri Vol. 11 No. 1, Mei 2021: 54-71.
- Damsar. (2009). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- Fauzi, M. Choiron, M, & Astutik, Y. D. P. (2017). Karakteristik Kimia Kopi Robusta Artifisial Terfermentasi oleh Ragi Luwak dan A-Amilase. Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian. 14 (3) : 144-153.
- Firat, A. (2013). Consumption, Consumer Culture and Consumer Society. Journal of Community Positive Practise.
- Jefri Putri Nugraha. (2022). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Joerson, T. S. (2012). Teori Ekonomi Mikro. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kunarto, Bambang. (2008). Kopi; Teknologi Pengolahan dan Dekafeinasi. Semarang. USM Press.
- Kurniawan A, Ridlo MR. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. J. Sociol. DILEMA. 2010;32(1):9-21.
- Novie Nostalgia Adiwinata, Ujang Sumarwan, Megawati Simanjuntak. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi Di Era Pandemi Covid-19. Jur. Ilm. Kel. & Kons., Mei 2021, p : 189-202 Vol. 14, No.2.



- Rahmah Yulia, dkk. (2018). —Analisis Kadar Kofein Kopi Luak dengan Varietas Jenis Kopi, Spesies Luwak dan Cara Pengolahan Dengan Metoda TLC Scannerll, Jurnal Sains Farmasi dan Klinis, Vol.2, No.1.
- Rudy Iswansyah. (2021). Perilaku Konsumen. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Ujang Sumarwan. (2003). Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yugantara, Susilo, dan Sulismadi. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. Al-Mada: Jurnal Agama Sosiasl dan Budaya Vol. 4 No 1 2021. Hal. 126-137.