

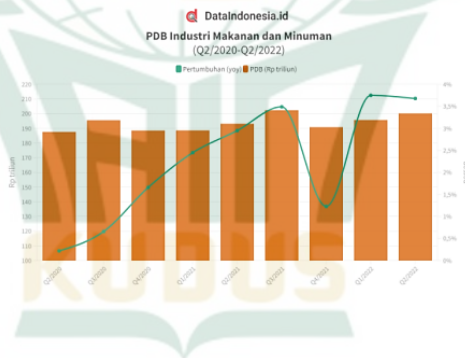
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia mengalami perkembangan perekonomian yang pesat ditandai dengan munculnya berbagai usaha bisnis. Salah satu bisnis yang memiliki daya tarik adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner.¹ Kuliner di Indonesia termasuk ke dalam ruang lingkup industri ekonomi kreatif dari 16 sub sektor industri lainnya. Kuliner dijadikan sebagai salah satu lokomotif menggerakkan sub sektor lain dengan harapan dapat mendorong pendapatan masyarakat dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi.²

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Regional Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) di Industri makanan dan minuman sebesar Rp 200,26 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah tersebut meningkat 3,68% dari periode yang sama pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp 193,61 triliun.³

Gambar 1.1 Data BPS 2021



¹Dewi Nur Sofiyanti, Sri Wahyuni, dan Joko Widodo, “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dira Cafe and Pool Ambulu Kabupaten Jember,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, no. 1 (2022): 39, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/jpeaku/article/view/18025>

² Novita Sari, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi,” *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, no. 1 (2018): 52, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://online-journal.unja.ac.id/JSSH/article/view/5281>

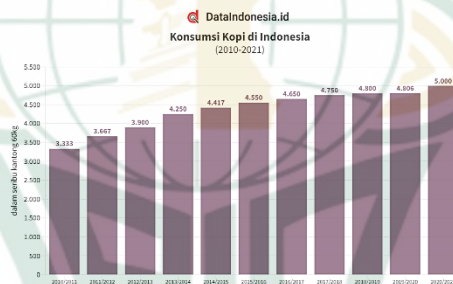
³Rizaty Monavia Ayu. “Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,68% pada Kuartal II/2022.” DataIndonesia.id 16 Agustus, 2022. Diakses pada 3 Desember, 2022. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022>.

Sumber : <https://www.bps.go.id>

Kebutuhan konsumsi kuliner di Indonesia yang kini banyak diminati yaitu pada berbagai jenis minuman salah satunya adalah kopi. Permintaan produksi dan tingginya konsumsi minuman kopi di Indonesia semakin meningkat setiap tahun didukung dengan Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Adanya permintaan produk minuman kopi menjadi peluang bagi pelaku usaha kedai kopi / *coffee shop*.⁴

Kebiasaan meminum kopi bagi sebagian masyarakat sudah menjadi gaya hidup yang terus berkembang. Menurut Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) bahwa konsumsi kopi dalam negeri pada 5 tahun terakhir adalah sebanyak 2 kg per kapita.⁵ International Coffee Organization (ICO) menunjukkan data peningkatan konsumsi kopi di Indonesia sebagai berikut :⁶

Gambar 1.2 Data ICO



Sumber: <https://www.ico.org>

⁴ Bobby Rachmat Saefudin, Alvi Nurin Deaniera, dan Elly Rasmikayati, “Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Pertanian*, no. 1 (2020): 39, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/637>

⁵ Mochamad Hafezd As’ad, Joni Murti Mulyo Aji, “Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso,” *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, no. 2 (2020): 183, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://jurnal.uncj.ac.id/index.php/JSEP/article/view/16441>

⁶ Bobby Rachmat Saefudin, Alvi Nurin Deaniera, dan Elly Rasmikayati, “Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Pertanian*, no. 1 (2020): 39, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/637>

Selain tingginya konsumsi dari minuman modern (*coffee shop*), Indonesia juga merupakan negara yang kaya akan rempah-rempah dan tumbuhan yang digunakan sebagai bahan obat herbal. Konsumsi minuman tradisional herbal mulai mengalami peningkatan saat wabah virus Covid-19 menyerang.⁷ Adanya kesadaran dan pengetahuan konsumen akan hidup sehat memberikan dampak positif bagi industri minuman tradisional herbal. Salah satu tanaman herbal yang banyak diminati dan dicari oleh konsumen untuk mengobati penyakit (flu, demam, mual, rematik dan pusing) adalah jahe. Daya guna jahe kini semakin berkembang tidak hanya disajikan secara tradisional, tetapi juga dimodifikasi agar memberikan daya tarik kepada konsumen. Berbagai jenis minuman jahe modifikasi tersebut antara lain, kopi jahe, susu jahe, dan cappucino jahe.⁸

Maraknya berbagai jenis minuman modern dan minuman tradisional terjadi diberbagai wilayah, salah satunya yaitu Kabupaten Kudus. Berikut merupakan daftar beberapa usaha minuman modern dan minuman tradisional yang berada di Kabupaten Kudus :

Tabel 1.1 Daftar Usaha Minuman Modern di Kudus Tahun 2016 - 2022

No	Minuman Modern	Lokasi	Jumlah Followers di Instagram (orang)
1.	Sidji Coffee	Getas Pejaten	6.970
2.	Jendral Coffee	Wergu Kulon	3.091
3.	Seperdua Kopi	Jagalan	6.523
4.	Traffa Coffee	Purwosari	4.426
5.	Nolkopi	Jepangpakis	5.717

Sumber : Media Sosial Instagram Survey pendahuluan yang diolah oleh peneliti pada tanggal 15 Desember 2022

⁷ Onny Purnamayudhia, Bachtiar Rahman Halik, dan Ampar Jaya Suwondo, "Usaha Minuman Tradisional *Wedang Segar* Di Kabupaten Madiun," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, no. 3 (2020): 163, diakses pada 2 Desember, 2022, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN/article/view/5622>

⁸ Sutrisno Koswara, Astrid Diniari, "Peningkatan Mutu dan Cara Produksi pada Industri Minuman Jahe Merah Instan di Desa Benteng, Ciampea, Bogor," *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, no. 2 (2015): 150, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.ipb.ac.id/index.php/j-agrokreatif/article/view/11103>

**Tabel 1.2 Daftar Usaha Minuman Tradisional di Kudus
Tahun 2018 - 2022**

No	Minuman Tradisional	Lokasi	Jumlah Followers di Instagram (orang)
1.	Jahe Rempah Mbah Tolok	Jati Kulon	1.664
2.	Jahe Rempah Bilal	Kauman	3.787
3.	Takashimura	Mlati Lor	337
4.	Mbah Kung Kudus	Gondangmanis	52
5.	Jahe Rempah Aby	Ngembal Kulon	97

Sumber : Media Sosial Instagram Survey pendahuluan yang diolah oleh peneliti pada tanggal 15 Desember 2022

Survey pada tabel diatas didapatkan dari akun media sosial instagram yang menunjukkan bahwa informasi mengenai banyaknya konsumen dapat dilihat pada jumlah followers akun instagramnya yang diperkirakan sudah pernah mengunjungi dan menikmati produknya. Banyaknya produk usaha minuman modern dan tradisional di Kabupaten Kudus, menjadi tantangan besar bagi pemilik usaha minuman tersebut. Selain itu, konsumen juga dihadapkan oleh banyaknya pilihan untuk membeli minuman modern atau minuman tradisional sesuai dengan ketertarikan dan kebutuhannya. Tingkatan preferensi menentukan minat beli pada variasi dan inovasi produk yang berkesinambungan, kelanjutan menimbulkan loyalitas yang berorientasi pada kesukaan terhadap suatu produk hingga memberikan dampak pada konsumen untuk melakukan pembelian ulang.⁹

Faktor yang sangat menentukan bagi sebuah usaha adalah kemampuan untuk selalu melakukan inovasi terhadap produk dan menjalankan strategi pemasaran yang sesuai. Untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen maka seorang pebisnis

⁹ Bergita Satti Manglo, Muhammad Yusuf Saleh, dan Seri Suriani, "Daya Tarik Promosi, Harga dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea di Kota Makassar," *Indonesian Journal of Business and Management*, no. 1 (2021): 106, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.unibos.ac.id/jbm/article/view/1079>

berkewajiban untuk memahami keinginan persepsi, preferensi dan perilaku belanja pelanggan mereka.¹⁰

Perkembangan sebuah usaha didukung dengan preferensi konsumen yang dapat berubah dari waktu ke waktu yang diikuti dengan kebutuhan gaya hidup. Oleh karena itu, pertumbuhan industri kuliner yang cepat salah satunya pada bidang minuman mengharuskan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan permintaan konsumen.¹¹ Selain itu, adanya persaingan bisnis membuat pelaku bisnis menciptakan suatu ciri khas pada produknya yang memiliki daya tarik didukung dengan melakukan inovasi pengembangan strategi usaha dikarenakan setiap bisnis mungkin memiliki produk yang serupa dengan harga yang hampir sama meskipun kualitas yang diberikan berbeda.¹²

Assael mendefinisikan preferensi merupakan suatu pilihan yang disukai oleh konsumen sehingga dapat diindikasikan bahwa preferensi konsumen berhubungan erat dengan keberhasilan usaha dalam mencapai tujuannya, yaitu preferensi harus memiliki suatu daya tarik untuk konsumen.¹³

Menurut Kotler, preferensi menunjukkan tingkat kesukaan terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran yang memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen. Faktor yang berpengaruh terhadap preferensi

¹⁰ Jono M. Munandar, Faqih Udin, dan Mivita Amelia, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor,” *Jurnal Tekoligi Industri Pertanian*, no. 3 : 97, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/4537>

¹¹ Christopher Richie Rahardjo, “Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk *Frozen Food*,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, no. 1 (2016): 33, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/106>

¹² Dewi Nur Sofiyanti, Sri Wahyuni, dan Joko Widodo, “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dira Cafe and Pool Ambulu Kabupaten Jember,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, no. 1 (2022): 40, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/jpeaku/article/view/18025>

¹³ Widya Wardhani, Ujang Sumarwan, dan Lilik Noor Yuliati, “Pengaruh Persepsi dan Peferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Gren Product,” *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, no. 1 (2015): 47, diakses pada 4 Desember, 2022, <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/12183>

konsumen adalah harga, promosi dan lokasi, sehingga faktor tersebut sangat dipertimbangkan, hal ini dinyatakan oleh Pearson dan Henryks.¹⁴

Beberapa faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen meliputi variabel sumber daya manusia, proses, produk, fasilitas, lokasi, religiusitas dan pengetahuan. Konsumen dalam menentukan minat pembeliannya memandang daya tarik lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.¹⁵

Lokasi menjadi pertimbangan daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian. Daya tarik termasuk salah satu bentuk kompetisi usaha yang mencakup ketersediaan produk, harga barang dan lokasi. Penelitian tersebut sesuai dengan pernyataan Rasmikayati bahwa dengan memiliki lokasi usaha strategis menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan penjualan.¹⁶ Selain itu, Menurut Danang Bayu Setyawan selaku pemilik usaha minuman tradisional jahe rempah mbah tolok di Kabupaten Kudus, lokasi usaha harus menjadi daya tarik konsumen yaitu melekatkan daya ingat lokasi dengan suatu *monument*, *iconic* dan *line mark* yang memiliki jarak dekat dengan lokasi usaha.¹⁷

Menurut Buchari Alma dalam Hayat mendefinisikan lokasi sebagai tempat beroperasinya perusahaan untuk melaksanakan kegiatan dengan tujuan menghasilkan produk ataupun jasa yang mementingkan segi ekonominya. Penempatan lokasi bisnis menjadi unsur penentu kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis akan memberikan efisiensi dan kemudahan bagi konsumen dalam

¹⁴ Fernanda Florencia Pramono, Bulan Prabawani, “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Kosnumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Organik (Studi Kasus : Pelanggan Super Indo Semarang),” *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pilitik Universitas Diponegoro*, diakses pada 4 Desember, 2022, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17201>

¹⁵ N. Rahardi, dan R. Wiliasih, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Kosnumen Terhadap Hotel Syariah,” *Jurnal Syarikah*, no. 1 (2016): 189, diakses pada 5 Desember, 2022, <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/293/54>

¹⁶ Bobby Rachmat Saefudin, Alvi Nurin Deaniera, dan Elly Rasmikayati, “Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Pertanian*, no. 1 (2020): 40, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/637>

¹⁷ Danang Bayu Setyawan, Wawancara oleh Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah, Webinar HMPS, YouTube HMPS Eksyar IAIN Kudus, , 2022.

melakukan proses pembelian pernyataan tersebut dikemukakan oleh Tjiptono dalam wirawan dkk.¹⁸

Faktor selanjutnya yang menjadi alasan bagi konsumen dalam melakukan pembelian adalah fasilitas usaha. Fasilitas yang sesuai akan dapat menarik perhatian untuk datang berkunjung serta berdampak pada usaha dalam menghadapi persaingan bisnisnya.¹⁹

Pemberian fasilitas yang baik dan memadai bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan agar konsumen melakukan pembelian kembali produk dan jasa yang disediakan. Tujuan lain dari fasilitas adalah dipergunakan untuk memudahkan pelaksanaan usaha dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan.²⁰

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Meidianty Putri Arifiani menyatakan bahwa preferensi konsumen dipengaruhi oleh lokasi secara signifikan atau dengan adanya peningkatan lokasi maka preferensi konsumen akan mengikuti peningkatan tersebut secara nyata.²¹ Penelitian mengenai preferensi konsumen dilakukan oleh Jumaet Al menjelaskan bahwa dalam memilih produk, konsumen menilai dari lokasi, harga, kemasan, promosi, fasilitas, dan citra produk. Penelitian tersebut sejalan dengan studi N. Rahardi dan R. Wiliasih yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi

¹⁸ Bobby Rachmat Saefudin, Alvi Nurin Deaniera, dan Elly Rasmikayati, “Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Pertanian*, no. 1 (2020): 45, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/637>

¹⁹ Bobby Rachmat Saefudin, Alvi Nurin Deaniera, dan Elly Rasmikayati, “Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Pertanian*, no. 1 (2020): 44, diakses pada 2 Desember, 2022, <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/637>

²⁰ Angga Adi Saputra, “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, no. 2 (2018): 19, diakses pada 5 Desember, 2022, <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/344>

²¹ Meidianty Putri Arifiani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pada Konsumen Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan),” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, (2019), diakses pada 5 Desember, 2022, <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/174938/>

Konsumen Terhadap Hotel Syariah” yang menyatakan hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap pemilihan hotel, yang berarti konsumen memiliki pilihan dengan tingkat lokasi yang paling strategis.²²

Penelitian terdahulu yang mengkaji tentang daya tarik pasar tradisional dan pasar modern menyatakan hasil analisis bahwa terdapat pengaruh fasilitas umum pasar, harga dan variasi barang terhadap preferensi konsumen. Hal ini disebabkan oleh kenyamanan atas fasilitas yang diberikan pasar modern banyak diminati dan menjadi daya tarik bagi konsumen dalam menentukan pilihan tempat berbelanja.²³ Tingkat fasilitas yang tinggi akan berpengaruh pada pertimbangan pilihan konsumen, pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari N. Rahardi dan R. Wiliasih yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah” yaitu bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap pemilihan hotel yang berarti semakin tinggi fasilitas yang diberikan, maka semakin yakin pula konsumen untuk memilih hotel tersebut.²⁴

Bedasarkan hasil *research gap* diatas yang menyatakan adanya pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap preferensi konsumen hanya terfokus pada satu jenis usaha, sehingga peneliti berusaha mengkaji lebih dalam dan lebih luas mengenai pengaruh variabel tersebut terhadap preferensi konsumen dengan membandingkan dua objek usaha yang sejenis namun memiliki karakteristik berbeda yaitu pada *Coffee Shop* Sidji Coffee dengan Jahe Rempah Mbah Tolok.

²² N. Rahardi, dan R. Wiliasih, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Kosnumen Terhadap Hotel Syariah,” *Jurnal Syarikah*, no. 1 (2016): 190, diakses pada 5 Desember, 2022, <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/293>

²³ Ratna Asribestari, dan Jawoto Sih Setyono, “Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu dan Giant Superdome),” *Jurnal Teknik PWK*, no. 3 (2013): 546, diakses pada 5 Desember, 2022, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk/article/view/2887>

²⁴ N. Rahardi, dan R. Wiliasih, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Kosnumen Terhadap Hotel Syariah,” *Jurnal Syarikah*, no. 1 (2016): 190, diakses pada 5 Desember, 2022, <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/293>

Sidji Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang ada di Kabupaten Kudus, tepatnya berlokasi di Jalan Mulya Getas Pejaten Kudus (Belakang DPRD Kudus). Sidji Coffee menawarkan berbagai jenis minuman modern olahan kopi seperti americano, kopi susu, coffelatto dan rum latte. Selain itu terdapat minuman non kopi seperti redvelvet, matcha latte dan lecy tea. Sidji coffee banyak diminati oleh kalangan anak muda karena memiliki desain tempat yang *instagramable* didukung dengan fasilitas yang diberikan seperti WiFi, ruangan ber-AC dan *live music*.

Jahe Rempah Mbah Tolok merupakan salah satu usaha yang menawarkan olahan minuman tradisional seperti jahe murni, jahe kunir, jahe alang-alang, dan jahe daun kelor. Jahe Rempah Mbah tolak berlokasi di Desa Jati Kulon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Lokasi tersebut sangat strategis dikarenakan dekat dengan rambu lalu lintas yang setiap hari ramai dilewati atau biasa disebut oleh warga kudus dengan sempalan serta dekat dengan salah satu *line mark* di Kabupaten Kudus yaitu Tugu Adipura dan Rumah Sakit Mardirahayu. Faktor tersebut menjadikan lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok mudah diingat dan dijangkau oleh konsumen, serta produk yang dijual berupa minuman tradisional herbal yang sesuai dengan kebutuhan pasien di Rumah Sakit Mardirahayu.

Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki karakteristik yang berbeda. Daya tarik yang menjadikan Sidji Coffee lebih disukai disebabkan oleh fasilitas yang dimiliki sehingga memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan daya tarik yang dimiliki oleh Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu lokasi yang strategis sehingga memberikan kemudahan konsumen untuk mengunjunginya.

Ditinjau dari pemaparan diatas yaitu adanya perbedaan daya tarik dan karakteristik dari Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang studi komparasi yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Lokasi dan Fasilitas Minuman Modern Dengan Minuman Tradisional Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Sidji Coffee Dan Jahe Rempah Mbah Tolok)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi penelitian pada uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah daya tarik lokasi pada usaha minuman modern Sidji Coffee berpengaruh terhadap preferensi konsumen ?
2. Apakah daya tarik fasilitas pada usaha minuman modern Sidji Coffee berpengaruh terhadap preferensi konsumen ?
3. Apakah daya tarik lokasi pada usaha minuman tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen ?
4. Apakah daya tarik fasilitas pada usaha minuman tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen ?
5. Apakah terdapat perbandingan pengaruh daya tarik lokasi minuman modern Sidji Coffee dan minuman tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok terhadap preferensi konsumen ?
6. Apakah terdapat perbandingan pengaruh daya tarik fasilitas minuman modern Sidji Coffee dan minuman tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok terhadap preferensi konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Lokasi pada Usaha Minuman Modern Sidji Coffee Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Fasilitas pada usaha Minuman Modern Sidji Coffee Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Lokasi pada Usaha Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Fasilitas pada usaha Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.
5. Untuk mengetahui Perbandingan Pengaruh Daya Tarik Lokasi pada Usaha Minuman Modern Sidji Coffee dan Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.
6. Untuk mengetahui Perbandingan Pengaruh Daya Tarik Fasilitas pada Usaha Minuman Modern Sidji Coffee dan

Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok Terhadap Preferensi Konsumen di Kabupaten Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi secara teoritis dan praktis. Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah kepustakaan bagi peneliti dan sarana untuk meningkatkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai pengaruh daya tarik sebuah usaha minuman modern dan minuman tradisional terhadap preferensi konsumen ditinjau dari lokasi dan fasilitas yang diberikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi pemilik usaha minuman modern (*coffee shop*) dan minuman tradisional di Kabupaten Kudus untuk mengetahui daya tarik terhadap preferensi konsumen yang ditinjau dari lokasi dan fasilitas sebagai dasar dalam mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan dan jumlah konsumennya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi konsumen untuk bisa memilih dalam melakukan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulis dalam penelitian ini dibuat untuk menjelaskan kerangka penulisan yang merupakan ide dasar pembahasan untuk mendapatkan garis besar dan gambaran dari masing-masing bagian yang saling berhubungan, sehingga akan didapatkan hasil penelitian yang sistematis dan alamiah.

Adapun sistematika penulisan penelitian disusun sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini meliputi. halaman judul, Persetujuan pembimbing, pernyataan keaslian, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, , daftar isi, daftar gambar, daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi memuat garis besar yang terdiri dari lima bab yang saling terikat, yaitu antara bab 1 sampai bab V saling berhubungan. Lima bab di dalamnya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang dijadikan landasan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data, analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran yang berisi tentang kesimpulan mengenai masalah penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisi Daftar Pustaka dan Lampiran-Lampiran.