

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOPI DAN
FAMILIARITAS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
PENGUNJUNG STARBUCKS DI KOTA KUDUS**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN COFFEE QUALITY
AND FAMILIARITY IN COFFEE PURCHASE
DECISIONS OF STARBUCKS VISITORS IN KUDUS
CITY***



TUGAS AKHIR S1

OLEH

**Ester Wahyu Prasetyaningrum
18.I2.0038**

**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOPI DAN
FAMILIARITAS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
PENGUNJUNG STARBUCKS DI KOTA KUDUS**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN COFFEE QUALITY
AND FAMILIARITY IN COFFEE PURCHASE
DECISIONS OF STARBUCKS VISITORS IN KUDUS
CITY***

TUGAS AKHIR S1

Diajukan untuk
memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk
memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan

OLEH

Ester Wahyu Prasetyaningrum
18.I2.0038

**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

RINGKASAN

Seiring berjalannya waktu budaya meminum kopi mulai menyebar terutama di kalangan anak muda. Salah satu merek yang tidak dapat dipisahkan dengan kata kopi ialah Starbucks. Starbucks mulai memasuki Indonesia mulai dari tahun 2002. Dan sekarang gerainya sudah ada penjuru kota di Indonesia termasuk kota Kudus. Dalam penelitian kali ini, bertujuan untuk mendeskripsikan apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian kopi Starbucks, mencari tau ada atau tidaknya hubungan antara kualitas kopi dengan pemilihan kopi Starbucks. Dalam mengumpulkan data, penelitian kali ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online melalui *google form* yang dilaksanakan di Starbucks Kudus untuk responden yang merupakan pelanggan Starbucks di kota Kudus.

Penelitian ini dimulai dari bulan April hingga Juni. Data yang telah diperoleh akan dibuat menjadi excel. Data excel yang ada, dibagi menjadi 2 yang satu dijadikan diagram untuk mengetahui persepsi responden. Kemudian yang kedua data tersebut dijadikan angka untuk dimasukkan dalam SPSS. Untuk pengolahan data, penelitian ini menggunakan 2 metode statistika. Untuk data kualitatif maka menggunakan metode *pearson chi-square*. Sedangkan untuk data yang ordinal menggunakan metode *kruskal wallis*. Untuk hasil yang didapatkan, yang memengaruhi keputusan pembelian kopi Starbucks justru bukan karena kualitas kopi ataupun familiaritas merek Starbucks melainkan karena faktor lain yaitu jenis kelamin yang mana banyak didominasi oleh perempuan, lokasi Starbucks kota Kudus yang strategis, serta apa yang disukai masyarakat terhadap merek Starbucks (paling besar berada di rasa yang pasti enak serta banyaknya variasi *beans*). Untuk kualitas kopi justru tidak berpengaruh langsung terhadap pemilihan kopi Starbucks.

SUMMARY

The culture of drinking coffee began to spread over time, especially among young people. One brand that cannot be separated from coffee is Starbucks. Starbucks began entering Indonesia in 2002. And now the outlet are all over the city in Indonesia including Kudus city. In this research, the aim is to describe what influences the decision to purchase Starbucks coffee, to find out coffee quality have relationship or not with choices for Starbucks coffee. For collecting data, this research conducted by distributing online questionnaires via Google Form which was carried out at Starbucks in Kudus for respondents who were Starbucks customers in the city of Kudus.

This research start from April to June. The data have been obtained will be made into excel. The excel data is divided into 2 data. One is use as a diagram to determine the respondent's perception. Then the second data is use as a number for entered into SPSS. For data processing, this research uses 2 statistical methods. For qualitative data, used Pearson Chi-Square method. While for ordinal data used the Kruskal Wallis method. For the results obtained, what influences the decision to purchase Starbucks coffee is not because of the quality of the coffee or the familiarity of the Starbucks brand but because of other factors. There are gender which is dominated by woman, the strategic location of Starbucks in Kudus City, and what people like about Starbucks brand (the biggest is the taste which is definitely delicious and the many variations of beans). For coffee quality it does not have a direct effect on the choice of Starbucks coffee.