

**ANALISIS FAKTOR EKONOMI DAN BUDAYA MINUM KOPI
ALA ANAK MUDA MEDAN UNTUK PENINGKATAN
SEKTOR UMKM DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Pembangunan**



Oleh

**Nama : Riski Fadillah Nasution
NPM : 1905180055
Program Studi : Ekonomi Pembangunan**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Sabtu, tanggal 16 September 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : RISKI FADILLAH NASUTION
NPM : 1905180055
Jurusan : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR EKONOMI DAN BUDAYA MINUM
KOPI ALA ANAK MUDA MEDAN UNTUK PENINGKATAN
SEKTOR UMKM DI KOTA MEDAN

Dinyatakan : (A-) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dr. SYLVIA VIANTY RANITA, S.E., M.Si)

Penguji II

(ERI YANTI NASUTION, S.E., M.Ec)

Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(Dr. H. JANUR, S.E., M.M., M.Si., CMA)

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : RISKI FADILLAH NASUTION
NPM : 1905180055
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : JL. LETDA SUJONO GG. SELAMAT NO. 7 MEDAN
Judul : ANALISIS FAKTOR EKONOMI DAN BUDAYA MINUM
KOPI ALA ANAK MUDA MEDAN UNTUK
PENINGKATAN SEKTOR UMKM DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si.

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si., CMA.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : RISKI FADILLAH NASUTION
N.P.M : 1905180055
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : JL. LETDA SUJONO GG. SELAMAT NO.7 MEDAN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR EKONOMI DAN BUDAYA MINUM KOPI
ALA ANAK MUDA MEDAN UNTUK PENINGKATAN
SEKTOR UMKM DI KOTA MEDAN

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
1-09-2023	BAB IV :- Menghapus 4.1 Pembangan jumlah produksi kopi dan ekspor kopi di Indonesia		
6-09-2023	- Produksi kopi di Indonesia ditambahkan lebih banyak - Sumber data bab 4. kata data diganti menjadi ditambah tabel		
8-09-2023	- ditambahkan tentang produksi kopi dan ekspor kopi di Indonesia		
12-09-2023	- Ditambahkan tentang 5 Besar Provinsi dalam memproduksi kopi di Indonesia		
15-09-2023	- gambar ditambahkan di bawahnya keterangan		
18-09-2023	- Ace untuk disidangkan		

Medan, September 2023

Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Riski Fadillah Nasution

NPM : 1905180055

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Konsentrasi : Perencanaan Pemabangunan Daerah

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul "**Analisis Faktor Ekonomi dan Budaya Minum Kopi Ala Anak Muda Medan untuk Peningkatan Sektor UMKM di Kota Medan.**" adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Riski Fadillah Nasution

ABSTRAK

Analisis Faktor Ekonomi Dan Budaya Minum Kopi Ala Anak Muda Medan Untuk Peningkatan Sektor Umkm Di Kota Medan

Riski Fadillah Nasution

Program Studi Ekonomi Pembangunan

riskifadillahnst@gmail.com

Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi anak-anak gen Z dan bukan sekedar minuman penghilang rasa kantuk dan bukan hanya untuk kalangan yang sudah tua. Ini tercermin dari menjamurnya kafe atau kedai-kedai penjual minuman dari seduhan bubuk kopi di seluruh nusantara. Kini untuk dapat menikmati kopi yang berkualitas tidak hanya di Starbucks atau di Coffee Bean. Sebab, kafe penjaja minuman kopi lokal kini telah hadir di mana-mana, dari pinggir-pinggir jalan, kawasan bisnis hingga ke mall.. Tujuan penelitian ini adalah(1) Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang produksi kopi dan ekspor kopi di Indonesia dan (2) Menganalisis faktor-faktor yang menentukan budaya minum kopi gen Z dalam memilih tempat untuk minum kopi di Kota Medan . Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara observasi dan menggunakan teknik analisis jalur. Hasil penelitian Faktor Ekonomi berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan, Fasilitas Kafe berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

Kata Kunci : Faktor Ekonomi , Faktor Budaya, Perilaku Minum Kopi

ABSTRACT

Analysis of Economic and Cultural Factors of Drinking Coffee by Medan Youth to Improve the UMKM Sector in Medan City

Riski Fadillah Nasution

Development Economics Study Program

riskifadillahnst@gmail.com

Drinking coffee has now become a lifestyle for Gen Z children and is not just a drink to relieve drowsiness and not just for the elderly. This is reflected in the proliferation of cafes or shops selling drinks made from coffee grounds throughout the archipelago. Now you can enjoy quality coffee not only at Starbucks or Coffee Bean. Because, cafes selling local coffee drinks are now present everywhere, from roadsides, business areas to malls. The aims of this research are (1) To carry out a descriptive economic analysis of coffee production and coffee exports in Indonesia and (2) Analyze the factors that determine Gen Z's coffee drinking culture in choosing a place to drink coffee in Medan City. The type of data in this research is quantitative data with secondary data sources. The data collection technique used is observation and using path analysis techniques. Research results: Economic factors influence coffee drinking behavior among Generation Z in Medan City. The results of hypothesis testing show that lifestyle influences coffee drinking behavior in Generation Z in Medan City, cafe facilities influence coffee drinking behavior in Generation Z in Medan City.

Keywords: Keywords: Economic Factors, Cultural Factors, Coffee Drinking Behavior

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, ridha, dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dan tidak lupa shalawat kepada Rasulullah SAW, beserta keluarga dan para sahabat. skripsi ini berdasarkan pengamatan yang peneliti jalankan di Kota Medan

Skripsi ini belum sempurna, akan tetapi peneliti telah melakukan yang terbaik dalam menyusun skripsi ini. Dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan kritik dan saran atas ketidaksempurnaan skripsi ini. Selama melaksanakan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini, tak lepas peneliti banyak menerima bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, sudah selayaknya dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Rezeki Nya yang luar biasa serta nikmat iman dan nikmat kesehatan kepada saya. Dan atas izinnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada keluarga tercinta Ayahanda Abdul Rahim Nasution dan Ibunda saya Resma Dina Tarigan serta kepada ke lima Adik-Adik saya.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani, M,AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dr.H.Januri, S.E.,M.M.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnsi Universitas Muhammadiyah SumateraUtara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E.,M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uniersitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran serta masukan sehingga proposal ini dapat peneliti selesaikan.
8. Ibu Roswitaa Hafni, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
9. Bapak dan Ibu dosen beserta Staff biro yang telah mendidik dan mengarahkan peneliti dalam proses perkuliahan.
10. Kepada teman-teman rekan kelas seperjuangan saya yang telah memberi informasi dan memberi semangat kepada saya.
11. Kepada teman dekat saya Atira, Anggie, Nadilla yang telah memberikan semangat dan menemani saya ketika skripsian.
12. Kepada BTS dan Seventeen yang telah menjadi mood booster saya dan mendukung kehaluan saya.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan kepada mereka. Akhir kata, peneliti mengharapkan semoga penulisan proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya khususnya bagi peneliti sendiri. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, September 2023
Peneliti

Riski Fadillah Nasution
NPM. 1905180055

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Batasan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Teori Pendapatan Nasional	13
2.1.2. Teori Perilaku Konsumen	20
2.1.3. Teori UMKM	22
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Pendekatan Metode Penelitian	29
3.2. Definisi Operasional.....	29
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.4. Jenis dan Sumber Data	30
3.5. Populasi dan Sampel	31
3.6. Teknik Pengumpulan Data	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Kota Medan	39
4.1.1 Kondisi Kota Medan	39
4.1.2 Kondisi Geografi	40
4.1.3 Kondisi Demografi.....	41
4.1.4 Kondisi Ekonomi	42
4.1.5 Kondisi Sosial	43
4.1.6 Produksi Kopi di Indonesia.....	44
4.1.7 Ekspor Kopi	46
4.2. Analisis faktor yang mempengaruhi gen Z minum kopi.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan ekspor Kopi di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Grafik produksi Kopi Menurut Provinsi	3
Gambar 1.3 Data Penduduk Sumatera Utara berdasarkan Usia.....	6
Gambar 1.4 Data Penduduk Kota Medan berdasarkan Usia.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	27
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Produksi Kopi di Indonesia	43
Gambar 4.2 Grafik Produksi Kopi Menurut Provinsi	46
Gambar 4.3 Tujuan Ekspor Kopi Indonesia.....	46
Gambar 4.4 Jenis Kelamin	47
Gambar 4.5 Jenis Usaha.....	48
Gambar 4.6 Tujuan Ekspor Kopi Indonesia.....	46

DAFTAR TABEL

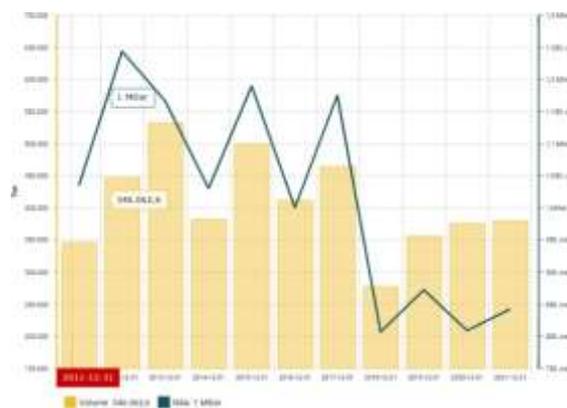
Tabel 1.1 Perbedaan Generasi.....	4
Tabel 1.2 PDRB menurut jenis Usaha di Sumatera Utara	6
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Luas Kecamatan Kota Medan	39
Tabel 4.2 Kondisi Ekonomi Kota Medan	42
Tabel 4.3 <i>Convergent validity</i> Perilaku.....	49
Tabel 4.4 <i>Convergent validity</i> Faktor Ekonomi.....	50
Tabel 4.5 <i>Convergent validity</i> Faktor Gaya Hidup	51
Tabel 4.6 <i>Convergent validity</i> Faktor Fasilitas	52
Tabel 4.7 <i>Discriminant validity</i>	55
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 4.9 <i>R Square</i>	56
Tabel 4.10 <i>F Square</i>	57
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar didunia setelah Brazil dan Kolombia. Kopi sebagai komoditas ekspor, juga merupakan komoditi yang dikonsumsi dalam negeri. Sebesar 60 persen produksi kopi nasional diekspor ke mancanegara sedangkan sisanya dikonsumsi dalam negeri (Rahardjo, 2013). Perkembangan tingkat konsumsi kopi yang menjadi sebuah peluang penyerapan tenaga kerja, berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton.



Sumber : Databooks (2023)

Gambar 1.1. Perkembangan Ekspor Kopi Indonesia

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat volume ekspor kopi Indonesia sebesar 380,17 ribu ton pada 2021. Angka ini naik sekitar 1,21% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 375,60 ribu ton. Sementara itu, nilai ekspor kopi tanah air sebesar US\$ 842,52 juta. Angka tersebut naik sekitar 4,11% dibandingkan 2020 yang sebanyak US\$ 809,20 juta. Amerika Serikat menjadi negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia pada 2021. Tercatat, volume ekspor kopi Indonesia ke Negeri Paman Sam sebesar 57,69 ribu ton. Sementara itu, nilai eksportnya sebesar US\$ 194,76 juta. Secara tren, volume dan nilai ekspor kopi Indonesia cenderung menurun dalam 10 tahun terakhir. Volume dan nilai ekspor kopi tertinggi tercatat pada 2013, sedangkan yang terendah yakni pada 2018.

Kopi produksi Indonesia merupakan salah satu yang paling banyak diminati di dunia. Ekspor kopi tanah air pun terus diminati oleh sejumlah negara di dunia. Seperti laporan Statistik Indonesia yang menunjukkan, volume dan nilai ekspor kopi Indonesia tercatat naik pada 2021.

Sumatera utara adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian utara Pulau Sumatra. Provinsi ini beribu kota di Kota Medan, dengan luas wilayah 72.981,23 km². Sumatra Utara merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbesar keempat di Indonesia, setelah provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah, dan terbanyak di Pulau Sumatra. Pada 31 Desember 2022 penduduk Sumatra Utara berjumlah 15.372.437 jiwa, dengan kepadatan penduduk 210 jiwa/km². Potensi keindahan alam Sumatera Utara tak bisa ditampik. Selain memiliki salah satu destinasi super prioritas Danau Toba yang memesona, daerah itu memiliki potensi alam lainnya yang tak kalah membanggakan, misalnya kopi. Jenis kopi yang ada di daerah ini adalah kopi arabika dan robusta, yang aroma

nikmatnya mampu menyihir para penikmat kopi di Indonesia maupun di penjuru dunia. Kenikmatan kopi dari Sumatera Utara didukung oleh teksturnya yang halus dan cita rasa yang unik nan menggoda. Berikut ini adalah peringkat provinsi yang melakukan produksi kopi tertinggi di Indonesia :



Sumber : (BPS Indonesia)

Gambar 1.2. Grafik Produksi Kopi Menurut Provinsi

Berdasarkan data di atas tentang tingkat produksi kopi di Indonesia berdasarkan provinsi, bahwa Sumatera Utara menjadi provinsi terbesar ketiga terkait tingkat produksi kopi di Indonesia setelah Sumatera Selatan dan Lampung, dengan presentase sebesar 10% dari jumlah produksi kopi se Indonesia. Artinya ini merupakan sebuah peluang dan gambaran terkait banyaknya jumlah usaha kopi di Sumatera Utara tehusus di Kota Medan yang merupakan Ibu kota Sumatera Utara.

Perbedaan generasi dalam sebuah wilayah menjadi salah satu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan perilaku manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Ada perbedaan karakteristik yang signifikan antara gen Z dengan generasi lain. Salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi gen Z, informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan, karena gen Z lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya

global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup. Bangkitnya gen Z juga akan menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia.

Tabel 1.1
Perbedaan generasi

Tahun Kelahiran	Keterangan Generasi
1925-1946	<i>Traditional generation</i>
1946-1960	<i>Baby boom generation</i>
1960-1980	<i>X generation</i>
1980-1995	<i>Y generation</i>
1995-2010	<i>Z generation</i>
2010+	<i>Alfa generation</i>

Tabel di atas menunjukkan berbagai macam perbedaan generasi. Penjelasan masing-masing generasi sebagai berikut (Putra, 2016):

Traditional generation atau sering juga disebut sebagai *silent generation* adalah generasi yang konservatif dan disiplin. *Baby boom generation* adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Ciri-ciri dari generasi ini mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya. Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti e-mail, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook

dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming. Ciri-ciri dari generasi Y masing-masing individu berbeda, tergantung lingkungan dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarga, pola komunikasi sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Gen Z, adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2010, disebut juga generasi net atau generasi internet. Berdasarkan penelitian tersebut, gen Z ini berbeda dengan generasi Y atau Z, sehingga gen Z untuk saat ini adalah yang berusia 23-28 tahun.

Gen Z menurut data Biro Pusat Statistik tahun 2020 berjumlah 75,49 juta atau setara dengan 27,49% dari total jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 270, 2 juta jiwa (bps.go.id, 2021). Jumlah ini menyebabkan gen Z melampaui jumlah generasi milenial yang berjumlah 69 juta atau setara dengan 25,5%. Gen Z merupakan generasi yang langsung terdampak akibat adanya pandemic covid 19 ini. (Yusuf et al., 2020) Pola hidup menjadi berbeda dan membuat perilaku Gen Z mengikuti aturan –aturan untuk berdiam diri di rumah. Perilaku ini cukup menarik untuk dikaji mengingat belum banyak kajian yang mengungkap apa saja yang dilakukan Gen Z selama masa pandemi Covid 19 ini. Berdasarkan pada paparan diatas penulis tertarik untuk melakukan kajian mengenai Perilaku Gen Z pada masa pandemi Covid 19. Apa saja yang dilakukan oleh Gen Z di dalam pembatasan yang ditetapkan pemerintah merupakan hal menarik yang dapat menggambarkan perubahan pola hidup Gen Z itu sendiri.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh BRIN (2022) terkait perubahan perilaku gen Z, Adapun tanggapan mereka tentang Gen Z adalah *Hitech* dan dinamis sekali, kreatif, *out of the box*, kekinian, dan *si Paling Healing*. Hal yang menarik warganet yang memberikan respon “Si Paling Healing” masuk ke dalam kelompok usia Gen Z sedangkan tanggapan lainnya diberikan oleh Generasi Milenial.

Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi anak-anak gen Z dan bukan sekedar minuman penghilang rasa kantuk dan bukan hanya untuk kalangan yang sudah tua. Ini tercermin dari menjamurnya kafe atau kedai-kedai penjual minuman dari seduhan bubuk kopi di seluruh nusantara. Kini untuk dapat menikmati kopi yang berkualitas tidak hanya di Starbucks atau di Coffee Bean. Sebab, kafe penjaja minuman kopi lokal kini telah hadir di mana-mana, dari pinggir-pinggir jalan, kawasan bisnis hingga ke mall.

Adapun data PDRB UMKM di Sumatera Utara dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2. PDRB Menurut Jenis Usaha Sumatera Utara (dalam Milyar)

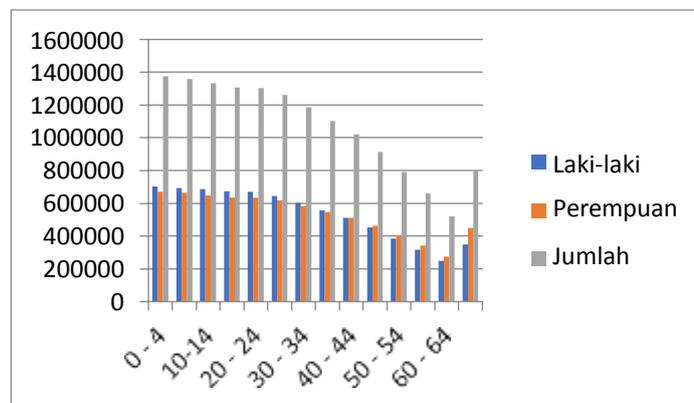
Jenis Usaha	2020	2021	2022
Pertanian, kehutanan dan Perikanan	37.900	37.768	39.018
Pertambangan dan Penggalian	10.485	10.386	10.832
Industri Pengolahan	6.059	6.212	6.472
Konstruksi	13.900	13.837	13.511
Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi	19.238	20.051	23.327
Transportasi dan Pergudangan	7.057	8.433	9.044
Akomodasi dan Makan Minum	1.649	1.550	2.052

Jasa Keuangan	2.356	2.236	2.104
Real Estate	5.446	5.667	5.892
Jasa Lainnya	1.914	1.957	2.223

Sumber : BPS (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jenis usaha yang memiliki PDRB tertinggi di Sumatera Utara dikuasai oleh sektor Pertanian, kehutanan dan Perikanan, dalam hal ini komoditi kopi bagian dari sektor pertanian, kemudian disusul oleh sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi, dan PDRB terendah di Sumatera Utara berada pada sektor Akomodasi, Makan dan Minum serta Reparasi.

Dalam penelitian ini akan dianalisis faktor penentu perilaku minum kopi gen Z di Kota Medan, dimana Kota Medan merupakan ibukota dari provinsi di Sumatera Utara dengan jumlah penduduk yang didominasi gen Z, adapun data penduduk di Sumatera Utara adalah sebagai berikut :



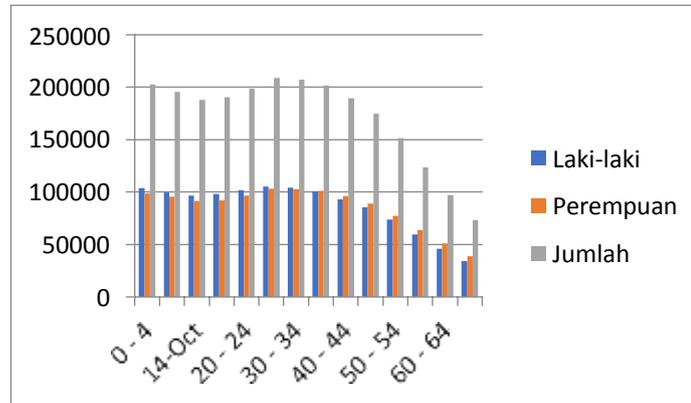
Sumber : BPS Sumatera Utara (2023)

Grafik 1.3. Data penduduk Sumatera Utara berdasarkan usia tahun 2021

Berdasarkan data di atas diketahui bahwasannya jumlah penduduk di Sumatera Utara adalah sebesar 14.799.361 jiwa, dari jumlah penduduk tersebut dapat dilihat bahwasannya gen Z yang merupakan generasi yang berusia 23-28 tahun berada pada grafik kelima 20-24 dan grafik keenam 25-29 yang

mendominasi jumlah penduduk di Sumatera Utara dengan jumlah 2.565.119 jiwa atau sebanyak 17,33% dari jumlah penduduk di Sumatera Utara.

Berikut data penduduk di Kota Medan berdasarkan data BPS Kota Medan :



Sumber : BPS Sumatera Utara (2023)

Grafik 1.4. Data penduduk Kota Medan berdasarkan usia tahun 2022

Berdasarkan data di atas diketahui bahwasannya jumlah penduduk di Kota Medan adalah sebesar 2.494.512 jiwa, dari jumlah penduduk tersebut dapat dilihat bahwasannya gen Z yang merupakan generasi yang berusia 23-28 tahun berada pada grafik kelima 20-24 dan grafik keenam 25-29 yang mendominasi jumlah penduduk di Kota Medan.

Faktor-faktor yang menjadi latar belakang kegiatan minum kopi adalah memanfaatkan kesempatan yang ada untuk berkumpul bersama (*social interaction*) didalam setiap kepentingan dan tujuan yang sama. Sehingga pada akhirnya akan membentuk kelompok-kelompok dengan kepentingan yang sama tersebut. Akan tetapi *gen Z* ini memang diakui dua kali lebih sering untuk nongkrong (*hang out*) dan jalan-jalan ketimbang generasi sebelumnya, tidak sekedar memilih tempat biasa untuk berkumpul saja akan tetapi, biasanya tempat nongkrong yang mereka datangi itu memiliki akses jaringan *Wifi* yang cukup

kencang dan desain tempat nya unik misal kafe atau restaurant serta fasilitas lainnya seperti *live streaming* atau *live music*. Biasanya mereka datang itu lebih mengutamakan untuk menikmati fasilitas tempat seperti *Wifi* dan berfoto ria dengan *desain interior* kafe tersebut kemudian mereka *posting* di akun sosial media mereka dibandingkan pesan makanan atau minuman yang disediakan.

Secara tidak langsung generasi ini memberikan perilaku gaya hidup baru bagi orang disekitar terutama di kota Medan yaitu zaman sekarang mau *hangout* ke kafe atau restaurant itu yang dilihat atau dinilai pertama kali bukan makanan atau minuman yang disajikan malah sebaliknya mereka lebih melihat ke sisi desain interior dan fasilitas yang ditawarkan misalnya tempat yang nyaman, jaringan koneksi *Wifi* maupun *live music* dan *live streaming*.

Budaya ini menjadi media untuk bersosialisasi, biasanya minum kopi dilakukan ditempat-tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama rekan, sahabat ataupun keluarga seperti kafe, warkop, dan tempat lainnya. Hal ini mendorong perubahan gaya hidup menjadi sebuah kebutuhan. Budaya ini telah memasuki di kalangan gen Z khususnya di Kota Medan karena pgaruh kehidupan sosial. Hal ini tentunya diikuti oleh banyak sekali budaya-budaya yang mengikutinya, baik yang positif maupun negatif (Prabowo, 2010).

Di zaman globalisasi sekarang ini banyak budaya luar yang telah masuk di Indonesia khususnya di kota Medan. Perilaku minum kopi keluar hanya sekedar makan dan minum disuatu tempat malah di masa sekarang nongkrong diluar itu ada kaitanya dengan interaksi sosial sesama kerabat, mereka rela menghabiskan waktu mereka di suatu tempat yang biasanya mereka pilih tempat yang memiliki fasilitas digital misalnya *Live Streaming*

Fenomena sekarang ini kaum gen Z menonton melalui streaming seperti tayangan pertandingan sepakbola dan olahraga lainnya, mereka lebih menyukai nonton bareng di tempat nongkrong yang menyediakan live streaming dibandingkan nonton dirumah, dengan mereka menonton bareng bersama teman atau kerabat, jiwa solidaritas dan interaksi sosial mereka lebih tinggi terhadap satu sama lain, berbeda halnya dengan menonton bola di rumah.

Gaya nongkrong kaum gen Z ini menjadi trend baru bagi masyarakat khususnya di kota Medan, yang tanpa kita sadari hal tersebut merupakan pengaruh dari globalisasi. Hal ini telah menjadi fenomena atau malah mungkin menjadi gaya hidup baru yang menjawab kebutuhan masyarakat modern seperti para gen Z, dan biasanya berupa kafe, warkop, tempat nongkrong dan lainnya. Berkurangnya ruang publik yang nyaman dan fleksibel membuat tempat nongkrong menjadi ruang alternatif yang perlahan menjadi pilihan utama untuk berinteraksi dan bersosialisasi baik sesama keluarga maupun teman-teman. Termasuk bagi kaum generasi millennial seperti mahasiswa di Kota Medan, tempat hangout atau kafe telah menjadi tempat pilihan mengisi waktu luang. Tak heran jika saat ini banyak kafe yang bermunculan di sekitaran kampus bahkan tidak jarang didalam lingkungan kampus itu sendiri

Sehubungan dengan fenomena yang dialami maka peneliti tertarik untuk membahas dan menganalisis permasalahan yang berjudul **“Analisis Faktor Ekonomi Dan Budaya Minum Kopi Ala Anak Muda Medan Untuk Peningkatan Sektor Umkm Di Kota Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan data diatas maka dapat ditemukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penduduk memberikan dampak terhadap perbedaan perilaku dan penambahan generasi
2. Sumatera Utara menjadi provinsi terbesar ketiga terkait tingkat produksi kopi di Indonesia
3. Sektor pertanian menjadi salah satu penyumbang PDRB terbesar di Sumatera Utara dimana komoditi kopi menjadi salah satu bagiannya
4. Peningkatan volume ekspor kopi di Indonesia yang semakin tinggi diantara negara lain namun belum begitu berdampak kepada peningkatan perekonomian masyarakat
5. Tingkat persaingan usaha kopi semakin tinggi di Kota Medan
6. Berkurangnya ruang publik yang nyaman dan fleksibel di Kota Medan

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada pembahasan terkait dengan faktor ekonomi dan budaya minum kopi ala gen Z di Kota Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan jumlah produksi kopi dan ekspor kopi di Indonesia?
2. Faktor apa saja yang menentukan gen Z dalam memilih tempat untuk minum kopi di Kota Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat diketahui tujuan penelitian adalah:

1. Melakukan analisa ekonomi secara deskriptif tentang produksi kopi dan ekspor kopi di Indonesia
2. Menganalisis faktor-faktor yang menentukan budaya minum kopi gen Z dalam memilih tempat untuk minum kopi di Kota Medan

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Akademik

1. Sebagai bahan gambaran kepada mahasiswa yang ingin tahu tentang faktor-faktor penentu minum kopi terhadap keputusan memilih tempat minum kopi pada gen Z di Kota Medan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi mahasiswa ekonomi khususnya mahasiswa ilmu ekonomi studi pembangunan.

b. Bagi Non-Akademik

1. Untuk menambah dan melengkapi sekaligus sebagai pembanding hasil-hasil penelitian yang sudah ada yang menyangkut topik yang sama.
2. Sebagai referensi dan informasi bagi peneliti- penelitian selanjutnya dengan topik yang sama

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Pendapatan Nasional

Pendapatan Nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dalam suatu tahun tertentu (Nainggolan, 2020). Secara fiknitif, pendapatan nasional merupakan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat dalam suatu negara, dalam kurun waktu tertentu, prinsip ini mewakili konsep Produk Domestik Bruto (PDB) atau *Gross domestic Product* (GDP) dan Produk Nasional Bruto (PNB) atau *Gross National Product* (GNP).

Pendapatan nasional didasarkan pada harga berlaku dan harga tetap. Pendapatan nasional pada harga berlaku adalah nilai barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan suatu negara dalam suatu tahun dan dinilai menurut harga yang berlaku pada tahun tersebut. Data pendapatan dalam berbagai tahun nilainya akan berbeda-beda dan menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat dari tahun ketahun. Bahkan terkadang menunjukkan penurunan meskipun tidak terlalu signifikan.

Perubahan nilai disebabkan oleh dua faktor, yaitu perubahan secara fisik barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian dan kenaikan harga-harga yang berlaku dari satu periode ke periode lainnya. Untuk dapat menghitung kenaikan dari tahun ke tahun, barang dan jasa yang dihasilkan haruslah dihitung pada harga yang tetap, yaitu harga yang berlaku pada saat tahun tertentu yang seterusnya digunakan untuk menilai barang dan jasa yang dihasilkan pada tahun-

tahun yang lain, nilai pendapatan nasional pada harga tetap atau pendapatan nasional riil. Barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian dapat dinilai dengan dua cara, yaitu dengan menggunakan harga pasar dan menggunakan harga faktor. Barang dikatakan dinilai menurut harga pasar jika nilai barang tersebut menggunakan harga yang dibayar oleh pembeli. Jika menggunakan harga faktor maka sumbangan pendapatan nasional berasal dari jumlah pendapatan faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang tersebut (Nainggolan, 2020).

Pendapatan Nasional secara agregatif menunjukkan kemampuan suatu negara dalam menghasilkan pendapatan/ balas jasa kepada faktor-faktor produksi yang ikut berpartisipasi dalam proses produksi daerah. Pendapatan nasional yang merupakan salah satu indikator ekonomi makro, merupakan variabel penting guna mencari hubungan di antara variabel-variabel lain dalam ekonomi makro. Perubahan di dalam variabel pendapatan nasional mempunyai pengaruh terhadap variabel yang lain. Pendapatan Nasional di anggap pilar utama penyangga Politik Ekonomi artinya kearah Pendapatan Nasional itulah hampir semua kebijakan di bidang perekonomian difokuskan.

Tujuan dari perhitungan pendapatan nasional adalah untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat ekonomi yang telah dicapai dan nilai output yang diproduksi, komposisi pembelanjaan agregat, sumbangan dari berbagai sektor perekonomian, serta tingkat kemakmuran yang dicapai (Sukirno,2008). Metode perhitungan pendapatan nasional merupakan salah satu cara untuk menentukan jumlah atau besar dari nilai pendapatan nasional tersebut. Selain untuk mengetahui jumlah pendapatan nasional suatu negara, metode perhitungan

pendapatan nasional juga bisa dijadikan alat evaluasi. Di mana, Negara bisa menilai dan mengevaluasi kinerja para sumber daya manusianya dan mengukur produktivitas negaranya.

Terdapat 3 (tiga) metode perhitungan yang bisa digunakan untuk mengetahui jumlah atau nilai dari pendapatan nasional, yaitu metode perhitungan pendapatan nasional dengan pendekatan produksi (*Production Approach*), pendekatan pengeluaran (*Expenditure Approach*), dan pendekatan pendapatan (*Income Approach*).

a. Pendekatan Produksi (*Production Approach*)

Menurut pendekatan produksi, pendapatan nasional dihitung dengan cara menjumlahkan nilai produksi yang dihasilkan oleh sektor-sektor produktif. Cara ini menghasilkan *Gross National Product* atau GNP. Perhitungan dalam pendapatan nasional hanyalah nilai tambah (value added) dari masing-masing lapangan usaha/sektor-sektor ekonomi yang dihasilkan pada berbagai tahapan proses produksi. Dimana nilai tambah yang dimaksud adalah selisih antara nilai produksi dan nilai biaya yang dikeluarkan, yang terdiri atas bahan baku dan bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi. (Manggala, 2020)

Pendapatan produksi terbagi menjadi 9 sektor utama, yaitu :

- 1) Sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan
- 2) Sektor pertambangan
- 3) Sektor industri
- 4) Sektor listrik, gas dan air bersih
- 5) Sektor konstruksi
- 6) Sektor perdagangan, hotel dan restoran

- 7) Sektor pengangkutan dan komunikasi
- 8) Sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan
- 9) Sektor jasa lainnya.

Rumus pendapatan nasional untuk pendekatan produksi :

$$Y = \sum P_n.Q_n \dots\dots\dots (2-1)$$

Dimana :

Y = pendapatan nasional Pn = harga jual produk jadi

Qn = jumlah produk diproduksi

b. Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

Pendekatan pendapatan (income approach) adalah jenis pendekatan pendapatan nasional yang diperoleh dengan cara menjumlahkan pendapatan dari berbagai faktor produksi yang memberikan sumbangan terhadap proses produksi. Metode pendekatan pendapatan merupakan pendapatan nasional hasil dari penjumlahan seluruh penerimaan yang diterima oleh pemilik faktor produksi dalam suatu negara selama satu periode atau satu tahun. Yang termasuk faktor produksi adalah tenaga kerja, modal, tanah, dan keahlian/kewirausahaan. Masing-masing dari faktor produksi akan menghasilkan pendapatan yang berbeda-beda, misalnya (Sumaryana et al., 2022):

- 1) Tenaga kerja dapat memperoleh gaji/upah
- 2) Pemilik modal akan mendapat bunga
- 3) Pemilik tanah dapat memperoleh sewa
- 4) Keahlian atau skill dapat memperoleh laba

Rumus pendekatan pendapatan adalah sebagai berikut:

$$Y = r + w + i + p \dots\dots\dots(2-2)$$

Dimana :

Y = Pendapatan Nasional
r = Upah/gaji

w = Sewai = Bunga

p = Laba Usaha

c. Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure Approach*)

Berdasarkan pendekatan pengeluaran, nilai pendapatan nasional dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran sektor-sektor yang terlibat dalam perekonomian atau menjumlahkan pengeluaran dari masyarakat kedalam barang dan jasa yang diproduksi dalam perekonomian. Masing-masing sektor perekonomian yaitu :

- 1) Pengeluaran konsumsi rumah tangga (C)
- 2) Pengeluaran Investasi (I)
- 3) Pengeluaran konsumsi Pemerintah (G)
- 4) Ekspor netto (X-M)

$$Y = C + I + G + (X-M) \dots\dots\dots(2-3)$$

Keterangan :

Y = Pendapatan nasional

C = Konsumsi rumah tangga
I = Investasi

G = Pengeluaran Pemerintah
X = Ekspor

M = Impor

Dengan menggunakan 3 metode pendekatan pendapatan nasional yaitu produksi, pendapatan, dan pengeluaran dapat membantu suatu negara untuk menentukan jumlah atau besarnya pendapatan nasional. Karena besar kecilnya

pendapatan nasional suatu negara menentukan maju dan berkembangnya suatu negara karena berhubungan dengan laju perekonomian negara.

Adapun komponen pendapatan nasional yaitu (Hidayah & Karlina, 2020):

- a) *Gross Domestic Product* (GDP) atau Produk Domestik Bruto (PDB) adalah jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi dalam suatu Negara (domestik) selama satu tahun. Dalam perhitungan GDP ini, termasuk juga hasil produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau orang asing yang beroperasi di Wilayah Negara yang bersangkutan. Barang-barang yang dihasilkan termasuk barang modal yang belum diperhitungkan penyusutannya, karenanya jumlah yang didapatkan dari GDP dianggap bersifat bruto atau kotor.
- b) *Gross National Product* (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB) adalah nilai seluruh produk yang diproduksi seluruh masyarakat nasional di dalam dan di luar negeri pada periode tertentu.
- c) *Net National Product* (NNP) atau Produk Nasional Netto (PNN) adalah nilai GNP yang berubah karena penyusutan harga barang-barang modal.
- d) *National Income* (NI) atau Pendapatan Nasional (PN) adalah pendapatan agregat yang diperoleh oleh faktor-faktor produksi. Pendapatan nasional mengukur pendapatan agregat yang diterima oleh faktor-faktor produksi sebelum pajak (*direct taxes*) dan pembayaran transfer (*transfer payment*).
- e) *Personal Income* (PI) atau Pendapatan Perseorangan (PP) adalah nilai NI yang dikurangi jaminan sosial, pajak perusahaan, laba yang ditahan, dan ditambah pembayaran pindahan (*transfer payment*). Pembayaran pindahan

adalah tunjangan yang diberikan Negara kepada individu untuk mensejahterakan masyarakat dan menambah pendapatan seseorang.

- f) *Disposable Income* (DI) atau Pendapatan Bebas (PB) adalah jumlah pendapatan yang secara aktual tersedia bagi rumah tangga yang siap untuk dibelanjakan atau digunakan. Pendapatan *Disposable* diperoleh dengan cara Pendapatan Nasional dikurangi Pajak perorangan (*personal taxes*) dan kewajiban-kewajiban bukan pajak (*nontaxes liabilities*).

Pendapatan negara tersebut sangat berpengaruh bagi keberhasilan proses pembangunan nasional sumber dan pengalokasian anggaran dapat di gambarkan sebagai berikut:

- a. penerimaan perpajakan
 - a. pajak dalam negeri (PPh, PPN, PBB, cukai dan lainnya)
 - b. pajak perdangan internasional (bea masuk dan pajak import)
- b. penerimaan bukan pajak
 - a. pajak dalam negeri (PPh, PPN, PBB, cukai dan lainnya).
 - b. Penerimaan dalam negeri adalah semua penerimaan yang diterima oleh negara dalam bentuk penerimaa perpajakan dan peneimaan bukan pajak. Penerimaan pemerintah dari dalam negeri berasal dari minyak bumi, gas alam (migas) dan non migas. Penerimaan dari sektor tersebut digunakan pemerintah untuk menutup pengeluaran rutin pemerintah. Penerimaan pemerintah dari sektor non migas terdiri atas pajak dan non pajak.

2.1.2. Teori Perilaku Konsumen

Bagaimana seorang konsumen dengan pendapatan terbatas dapat memutuskan Barang dan jasa mana yang dibeli? Ini adalah persoalan mendasar dalam mikroekonomi, bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka pada beragam barang dan menjelaskan bagaimana keputusan alokasi tersebut menentukan permintaan atas barang dan jasa. Keputusan belanja konsumen akan membantu kita dalam memahami seberapa besar perubahan pendapatan dan harga memengaruhi permintaan atas barang dan jasa dan mengapa permintaan atas sebagian produk lebih sensitif terhadap harga dan pendapatan ketimbang produk lain.

1. Perilaku konsumen paling mudah dipahami melalui tiga langkah berikut: **Prefensi/Selera Konsumen:** Langkah pertama adalah mencari cara praktis untuk menggambarkan alasan orang-orang memilih satu produk ketimbang produk lain. Kita akan melihat bagaimana prefensi konsumen atas berbagai barang dapat digambarkan secara grafis dan aljabar.
2. **Kendala Anggaran:** Tentu saja, konsumen juga mempertimbangkan harga. Pada langkah 2, kita akan mempertimbangkan fakta bahwa konsumen memiliki batasan pendapatan yang membatasi kuantitas barang yang mereka beli. Apa yang bisa dilakukan konsumen dalam situasi demikian? Kita mendapatkan jawaban atas pertanyaan tersebut dengan mengkombinasikan preferensi konsumen dan kendala anggaran pada langkah ketiga.
3. **Pilihan Konsumen:** Dengan selera dan pendapatan terbatas yang ada,

konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini bergantung pada harga berbagai barang. Oleh karena itu, memahami permintaan yaitu, berapa kuantitas barang yang konsumen pilih untuk dibeli bergantung pada harganya. Ketiga langkah ini merupakan dasar teori konsumen, dan kita akan mengupas satu per satu pada tiga bagian pertama bab ini.

Setelah itu, kita akan mengulas sejumlah aspek menarik mengenai perilaku konsumen. Misalnya, kita bisa memperkirakan sifat preferensi konsumen melalui pengamatan actual atas perilaku konsumen. Dengan demikian, apabila seorang konsumen memilih satu barang diantara berbagai barang yang sama dengan harga serupa, kita dapat menduga bahwa dia cenderung memilih barang pertama. Kesimpulan serupa juga dapat ditarik dari keputusan aktual yang dibuat konsumen dalam merespon perubahan harga berbagai barang dan jasa yang tersedia untuk dibeli. Apa yang dilakukan konsumen? Kita perlu memahami dengan jelas akan asumsi kita tentang perilaku konsumen, dan apakah asumsi-asumsi tersebut realistis. Sulit untuk menentang anggapan bahwa konsumen memiliki preferensi tersendiri diantara berbagai barang dan jasa yang tersedia, dan mereka menghadapi kendala anggaran yang membatasi apa dan berapa yang dapat dibelanjakan. Tetapi kita juga dapat memandang bahwa konsumen memutuskan kombinasi barang dan jasa tertentu untuk memaksimalkan utilitas mereka.

Apakah konsumen selalu rasional dan sadar seperti halnya para ekonomi dalam membuat keputusan ekonomi? Kita mengetahui bahwa konsumen tidak membuat keputusan belanja yang rasional. Terkadang, misalnya mereka membeli secara impulsif, mengabaikan atau kurang mempertimbangkan kendala anggaran

mereka (dan akhirnya berutang). Terkadang konsumen tidak yakin akan selera mereka atau terpengaruh oleh keputusan konsumsi teman dan tetangga, atau bahkan oleh perubahan suasana hati. Dan sekalipun konsumen berperilaku rasional, tidak selalu dimungkinkan bagi mereka untuk benar-benar mempertimbangkan beragam harga dan pilihan yang mereka hadapi sehari-hari. Ekonomi belakangan ini telah mengembangkan model perilaku konsumen yang telah memasukkan asumsi yang lebih realistis mengenai rasionalitas dan pengambilan keputusan. Bidang penelitian seperti ini, disebut ekonomi perilaku, telah mengambil banyak temuan dalam bidang psikologi dan bidang terkait lain. Kita akan membahas beragam temuan penting dari ekonomi perilaku. Tetapi juga ingin menekankan bahwa model tersebut terbukti berhasil dalam menjelaskan banyak hal mengenai apa yang sebenarnya kita amati terkait dengan pilihan konsumen dan karakteristik permintaan konsumen. Alhasil, model ini menjadi “motor penggerak” ilmu ekonomi. Model ini juga banyak digunakan dalam ilmu-ilmu terkait lainnya seperti keuangan dan pemasaran

Dalam hal perilaku konsumen dalam keterkaitannya dengan budaya minum kopi, maka ada beberapa hal yang menjadi indikator atau tolak ukurnya seperti dalam hal pengaruh dari media sosial, yaitu berupa informasi dan promosi yang dilakukan oleh influencer dan selebgram dalam mengenalkan coffee shop tersebut, kemudian berkaitan dengan sistem pembayaran QRIS, dimana saat ini QRIS memberikan kemudahan bagi generasi Z dalam melakukan transaksi jadi mereka akan memilih coffee shop yang memiliki sistem pembayaran QRIS, kemudian layanan internet yang disediakan oleh coffee shop, dimana budaya internetan generasi Z menjadi sebuah budaya yang sangat seru jika berbarengan

dengan minum kopi, dan selanjutnya budaya hangout, dimana anak muda saat ini senang menghabiskan waktunya untuk hangout dan berkumpul bersama teman-temannya untuk minum kopi.

2.1.3. Teori UMKM

Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah: Usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6, Usaha Mikro adalah:

1. Memiliki usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta.
2. Milik warga negara Indonesia
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau bafaliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
4. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Adapun Ciri-ciri dari usaha mikro menurut (Indriyatni, 2013) adalah:

1. Jenis barang usahanya tidak tetap, dapat berganti pada periode tertentu
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu-waktu

3. Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha; Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa enterpreuner yang memadai
4. Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah
5. Pada umumnya belum akses ke perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank

Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau prasyarat legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada 16 Februari 2021 lalu. PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri.

Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal tersebut terdiri atas:

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan bagi UMKM yang telah berdiri sebelum PP UMKM berlaku, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan.

Kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Nilai nominal kriteria di atas dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian. Selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, kementerian/lembaga negara dapat menggunakan kriteria lain seperti omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan

disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha untuk kepentingan tertentu (Pasal 36 PP UMKM).

2.2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai berikut :

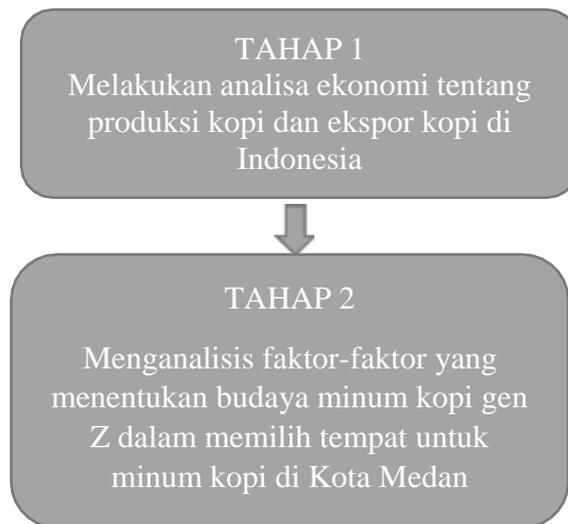
No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Variabel	Hasil
1	Feren Dwi Shelly (2022)	Faktor yang mempengaruhi Perilaku Minat Generasi Millenial Berkumpul di Kafe Kota Pekanbaru	Assosiatif	Dependen : Perilaku Berkumpul generasi Independen : Gaya Hidup, Fasilitas dan Fasilitas Kafe	Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan ketika menentukan perilaku generasi milenial saat berkumpul di kafe , Teknologi Digital juga merupakan salah satu faktor dalam menentukan perilaku berkumpul di kafe Dan Fasilitas merupan hal yang vital dalam usaha kafe karena fasilitas akan menciptakan suasana yang nyaman
2	Pramelani (2020)	Faktor ketertarikan minuman kopi kekinian terhadap minat beli konsumen kalangan muda	Deskriptif Kualitatif	Faktor Ketertarikan, Minat Beli dan Kalangan Muda	Terdapat beberapa faktor yang membuat konsumen tertarik minum kopi diantaranya faktor tempat yang nyaman, pelayanan ramah, rasa yang enak dan nama menu resto yang unik.
3	Citra Dewi Suryani, Dian Novta Kristuyani (2021)	Studi fenomenologi pada gaya hidup baru anak muda sebagai pengunjung	Fenomenologi, Deskriptif Kualitatif	Gaya Hidup, Pergeseran Budaya, Anak Muda, dan Coffee Shop.	Hasil dari penelitian tersebut adalah, pertama, pergeseran gaya hidup dalam aktivitas yang berubah tempat menjadi di coffee shop.

		coffee shop dikota salatiga			Kedua, anak muda menyalurkan gengsi, eksistensi diri, kenyamanan dan membuat konten media sosial melalui gaya hidup baru yang lebih modern dengan memanfaatkan keberadaan coffee shop. Hal tersebut karena anak muda ingin terlihat memiliki peran di lingkungan sekitar atau dikeluarga.
4	Noneng (2016)	Analisa perubahan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan warung kopi dikecamatan rungkut surabaya	Perilaku Konsumen, Pertumbuhan, Warung Kopi	Deskriptif Kualitatif	Dengan perkembangan teknologi dulu warung kopi tidak ada wifinya dan sekarang semakin berkembang dengan adanya Wifi. Bukan hanya fasilitas saja tetapi produk makanan dan minuman, kesesakan, kebersihan dan sirkulasi udara juga mempengaruhi konsumen untuk mau berkunjung di warung kopi tersebut. Ternyata dari faktor-faktor perilaku konsumen itulah yang mempengaruhi bertumbuhnya warung kopi dikecamatan rungkut, Surabaya.

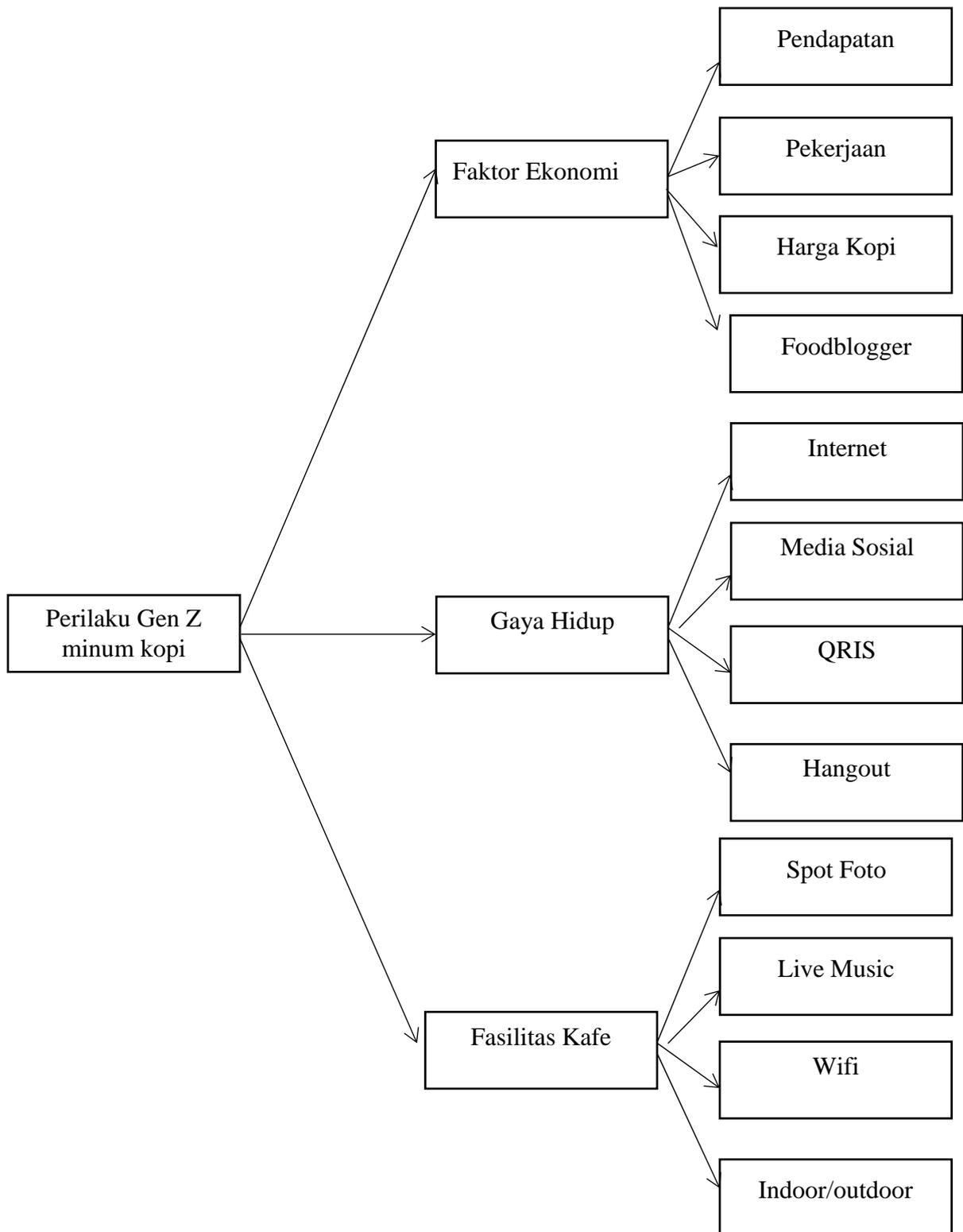
2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori-teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun sistematis penelitian. Kerangka konseptual menjadi pedoman peneliti untuk menjelaskan secara sistematis teori yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini memiliki kerangka konseptual yang akan dijelaskan pada gambar dibawah ini dan lebih jelasnya akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya. Berdasarkan uraian di atas, gagasan tersebut dapat digambarkan sebagai kerangka berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2. kerangka Konseptual

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel yang telah ditentukan untuk menjawab rumusan masalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat verbal dan data kualitatif yaitu tidak dapat diukur dalam skala numerik(Kuncoro, 2013). Data yang dihimpun meliputi wilayah timur Kota Medan sekitaran kampus.

3.2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan acuan dari tinjauan pustaka yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan. Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini ialah: Gaya Hidup, Fasilitas Kafe, Faktor Ekonomi. Sehingga definisi operasional dari penelitian ini ialah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber data
1.	Gaya hidup	Pola hidup yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang	- Internet - Media Sosial - QRIS - Hangout	Responden
2.	Fasilitas Kafe	Sebuah fasilitas yang melengkapi sebuah kafe dalam menarik perhatian pengunjung kafe.	- Spot Foto - Live Music - Wifi - Live Streaming	Responden
3	Faktor Ekonomi	Keputusan konsumen dalam mengambil tindakan	- Pendapatan - Pekerjaan - Harga Kopi - Foodblogger	Responden

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah timur Kota Medan sekitaran kampus. Alasan dipilihnya wilayah tersebut karena merupakan salah satu wilayah dengan usaha kafe yang tersebar merata di kawasan tersebut. Waktu Penelitian

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan selama 4 bulan dari bulan Mei sampai dengan bulan Agustus 2023.

3.4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Pada umumnya data kualitatif yang bersifat data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, namun posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat. (Kuncoro, 2013)

b. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu dapat dengan melakukan penelitian langsung berupa menyebarkan kuesioner, wawancara langsung kepada para pengguna (Kuncoro, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel nonprobabilitas (nonprobability sampling) karena tidak ada upaya untuk melakukan generalisasi berdasarkan sampel dengan desain sampel semacam ini, masalah representasi (keterwakilan), tidak dipersoalkan. (Kuncoro, 2013)

3.5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat gen Z disekitar Kecamatan timur Kota Medan yang melakukan aktivitas nongkrong di kafe dan para pemilik kafe di wilayah tersebut.

b. Sampel

Teknik penarikan sampel yang dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan metode *quota sampling*. metode ini digunakan untuk memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian.(Kuncoro, 2013)

Sampel yang dipilih :

- a. Penduduk yang berusia 23 – 28 tahun (Gen Z)
- b. Perempuan dan laki-laki
- c. Jumlah Kafe yang berada di wilayah timur kota Medan

Berdasarkan teori (Lemeshow, 2013) jika jumlah populasi tidak diketahui pasti maka dapat diambil jumlah sampel yaitu 100 orang generasi milenial dan 30 kafe yang dianggap sudah mewakili beberapa kafe yang berada di wilayah timur kota Medan untuk dijadikan sampel. Dan sampel objek yang diambil adalah responden generasi Z yang melakukan aktivitas nongkrong di kafe kopi di kawasan wilayah timur kota Medan. Medan timur diambil sebagai sampel dikarenakan merupakan lokasi yang memiliki pertumbuhan kafe yang besar dan dekat dengan banyak kampus yang memungkinkan banyak generasi Z berada di kafe tersebut, adapun kampus-kampus yang berada di sekitar kecamatan Medan timur antara lain UMSU dan Universitas Dharmawangsa

3.6. Teknik Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2017) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah). Teknik pengumpulan data menggunakan data primer (kuesioner) dan data sekunder (dokumentasi).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan cara Penyebaran angket, yaitu melakukan komunikasi langsung dua arah kepada narasumber, dalam hal ini kepada gen Z dan pemilik Café Kopi di Kota Medan wilayah timur.

3.7. Teknik Analisis Data

Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yakni *partial least square – structural equation model* (PLSSEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten. Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis multivariate (Ghozali & Latan 2015). Analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi)

Tujuan dari penggunaan (*Partial Least Square*) PLS yaitu untuk melakukan prediksi. Dimana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dan penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemprediksian. Variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten

didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstraknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimalkan.

PLS merupakan metode analisis yang powerfull oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi dan data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama). Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software Smart PLS ver. 3 for Windows. Berikut adalah model structural yang dibentuk dari perumusan masalah.

Menurut (Hair Jr, et.al, 2017) Ada dua tahapan kelompok untuk menganalisis SEM-PLS yaitu

1. Analisis model pengukuran (outer model), yakni
 - a. validitas konvergen (*convergent validity*);
 - b. realibilitas dan validitas konstruk (*construct reliability and validity*);
 - c. validitas diskriminan (*discriminant validity*)
2. Analisis model struktural (inner model), yakni
 - a. Koefisien determinasi (r-square);
 - b. f-square; dan
 - c. pengujian hipotesis

Estimasi parameter yang didapat dengan (*Partial Least Square*) PLS dapat dikategorikan sebagai berikut: kategori pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kategori kedua, mencerminkan

estimasi jalur (path estimate) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (loading). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten.

Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, (*Partial Least Square*) PLS menggunakan proses literasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan weight estimate.
2. Menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model.
3. Menghasilkan estimasi means dan lokasi (konstanta).

3.7.1. Analisa Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indicator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

1. Convergent Validity

Adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar item score/component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari standardized loading factor yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur, nilai outer loading antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup.

2. Discriminant Validity

Merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut model lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai squareroot of average variance extracted (AVE).

3. *Composite reliability*

Merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view latent variable coefficient. Untuk mengevaluasi 60 composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan cronbach's alpha. Dengan pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

4. *Cronbach's Alpha*

Merupakan uji reliabilitas yang dilakukan merupakan hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

3.7.2. Analisis Inner Model

Analisis Inner Model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model dan substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasi inner model dengan

(*Partial Least Square*) PLS dimulai dengan cara melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen.

Kemudian dalam penginterpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantive. Selain melihat nilai R-square, pada model (*Partial Least Square*) PLS juga dievaluasi dengan melihat nilai Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameter. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

3.7.3. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$.

3.7.4. Spesifikasi Model Dan Persamaan Struktural

Hubungan antar variabel dalam suatu diagram alur dapat membantu dalam merangkai hubungan sebab akibat antar ko nstruk dari model teoritis sebelumnya.

3.7.4.1. Uji Kecocokan (Testing Fit)

Pengujian pada inner model atau model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antar konstruk laten. Inner model meliputi inner relation, structural model dan substantive theory menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantive. Inner model diuji dengan melihat nilai R-square, Q-square dan path coefficient (koefisien jalur) untuk mendapatkan informasi seberapa besar variabel laten dependen dipengaruhi oleh variabel laten independen, serta uji signifikansi untuk menguji nilai signifikansi hubungan atau pengaruh antar variabel (Ghozali & Latan, 2015)

1. R-Square Test

Nilai R-square atau koefisien determinasi menunjukkan keragaman konstruk-konstruk eksogen yang mampu menjelaskan konstruk endogen secara serentak. Nilai R-square digunakan untuk mengukur tingkat variabilitas perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Parameter ini juga digunakan untuk mengukur kelayakan model prediksi dengan rentang 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R-square maka semakin besar pula pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Perubahan nilai R-square (r^2) digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel laten dependen secara substantive (Ghozali & Latan, 2015)

2. Q-Square Test

Q-square test dalam PLS digunakan untuk predictive relevancy dalam model konstruktif. Pada penilaian goodness of fit bisa diketahui melalui nilai Q^2 . Nilai Q^2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-Square) pada analisis regresi, di mana semakin tinggi R-Square, maka model dapat dikatakan semakin

fit dengan data. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Pendekatan ini menggunakan rumus sebagai berikut (Ghozali & Latan, 2015):

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

Keterangan :

$R1^2 R2^2 \dots Rp^2$: R-square variabel endogen dalam model Interpretasi

Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur. (mirip dengan R^2 pada regresi).

Q^2 : koefisien determinasi total pada analisis jalur.

3. Path Coefficient Test.

Koefisien jalur menunjukkan seberapa besar hubungan atau pengaruh konstruk laten yang dilakukan dengan prosedur bootstrapping. Antar konstruk memiliki hubungan yang kuat apabila nilai path coefficient lebih dari 0,01 . Serta hubungan antara variabel laten dikatakan signifikan jika path coefficient pada level 0,050

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Medan

4.1.1. Kondisi Kota Medan

Kota Medan yang menjadi Ibu kota Propinsi Sumatera Utara secara astronomis terletak antara 2o.27' – 2o.47' Lintang Utara dan 98o.35' – 98o.44' BujurTimur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Kota Medan merupakan salah satu dari 25 Daerah Tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265.10 km². Kota ini merupakan pusat pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah utara, selatan, barat dan timur.

Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli. Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum menurut StasiunPolonia pada tahun 2006 berkisar antara 23,0o C – 24,1o C dan suhu maksimum berkisar antara 30,6o C – 33,1o C serta menurut Stasiun Sampali suhu minimumnyaberkisar antara 23,6o C – 24,4o C dan suhu maksimum berkisar antara 30,2o C – 32,5o C. Selanjutnya mengenai kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 78 – 82 %. Dan kecepatan angin rata-rata sebesar 0,42 m/sec sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 100,6 mm.

Hari hujan di Kota Medan pada tahun 2006 rata-rata

perbulan hari dengan rata-rata curah hujan menurut Stasiun Sampali perbulannya 230,3 mm dan pada Stasiun Polonia perbulannya 211,67 mm.

4.1.2. Kondisi Geografi

Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli. Wilayahnya berada pada ketinggian 2,5 – 37,5 m di atas permukaan laut. Secara astronomis, Medan terletak antara 03°27' – 3°47' Lintang Utara dan 98°35' – 98°44' Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah Utara, Selatan, Barat dan Timur.

Tabel 4.1. Luas Kecamatan Kota Medan

No	Kecamatan	Luas Wilayah	
		km ²	%
1	Medan Tuntungan	20.68	7.80
2	Medan Johor	14.58	5.50
3	Medan Amplas	11.19	4.22
4	Medan Denai	9.05	3.41
5	Medan Area	5.52	2.08
6	Medan Kota	5.27	1.99
7	Medan Maimun	2.98	1.13
8	Medan Polonia	9.01	3.40
9	Medan Baru	5.84	2.20
10	Medan Selayang	12.81	4.83
11	Medan Sunggal	15.44	5.83
12	Medan Helvetia	13.16	4.97
13	Medan Petisah	6.82	2.57
14	Medan Barat	5.33	2.01
15	Medan Timur	7.76	2.93
16	Medan Perjuangan	4.09	1.54
17	Medan Tembung	7.99	3.01
18	Medan Deli	20.84	7.86
19	Medan Labuhan	36.67	13.83
20	Medan Marelan	23.82	8.99
21	Medan Belawan	26.25	9.90
Kota Medan		265.10	100.00

Sumber : Kota Medan Dalam Angka 2018

Medan memiliki wilayah seluas 265,10 km². Kota Medan termasuk beriklim tropis dengan suhu maksimum pada tahun 2017 mencapai 34,3°C. Jumlah hari hujan di Kota Medan pada tahun 2017 adalah sebanyak 14 hari dengan rata-rata curah hujan per bulannya 179 mm, lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 141 mm per bulan. Kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 78 - 85%. Sementara itu, rata-rata kecepatan angin di Kota Medan pada tahun 2017 adalah sebesar 2,4m/sec, dengan penguapan udara sebesar 108,2 mm.

Kota Medan memiliki 21 Kecamatan dimana Kecamatan Medan Labuhan merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah mencapai 36.67 km². Kecamatan Medan Maimun menjadi kecamatan yang terkecil di Kota Medan dengan luas wilayah hanya 2,98 km².

4.1.3. Kondisi Demografi

Jumlah penduduk Kota Medan berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2017 ada sebanyak 2.247.325 jiwa yang terdiri atas 1.110.000 jiwa penduduk laki-laki dan 1.137.425 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2015, penduduk Medan mengalami pertumbuhan sebesar 0,85 persen.

Pertumbuhan penduduk paling tinggi terjadi di Kecamatan Medan Marelan mencapai 0,85 persen dari tahun 2015, dan paling rendah di Kecamatan Medan Timur hanya mengalami pertumbuhan sebesar 0,02 persen dari tahun 2015. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2017 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 97,57 persen. Kepadatan penduduk di Kota Medan tahun 2017 mencapai 8.478 jiwa/km² dengan rata-rata

anggotarumah tangga 4,36 orang. Kepadatan Penduduk di 21 kecamatan cukup beragam, kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Medan Perjuangan dengan kepadatan sebesar 23.456 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Medan Labuhan sebesar 3.233 jiwa/km². Sementara itu jumlah rumah tangga mengalami pertumbuhan sebesar 0,81 persen dari tahun 2016.

Dengan nilai rasio jenis kelamin tertinggi sebesar 97,61, terdapat 15 kecamatan di Kota Medan memiliki rasio yang sama. Hal ini memiliki makna bahwa disetiap 100 penduduk perempuan terdapat 98 penduduk laki-laki. Sementara itu, kecamatan Medan Amplas merupakan daerah dengan rasio jenis kelamin paling rendah yaitu sebesar 97,46 yang memiliki makna untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 97 penduduk laki-laki.

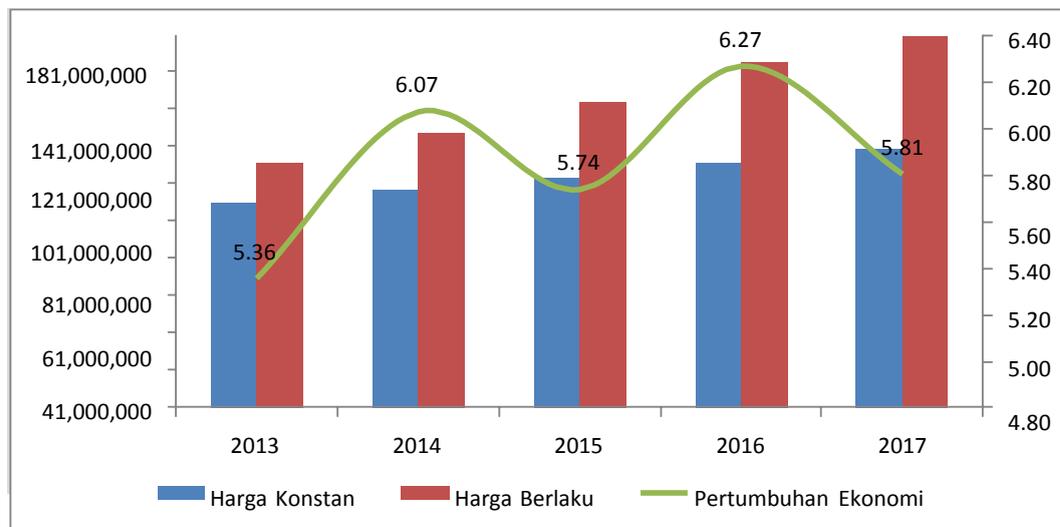
Pada tahun 2017 di Kota Medan, terdapat 1.073.908 penduduk yang tergolong dalam penduduk angkatan kerja dengan pembagian sebanyak 972.274 termasuk penduduk bekerja dan 101.634 penduduk menganggur. Tingkat Partisipasi Angkatan kerja di Tahun 2017 untuk Kota Medan adalah sebesar 64,35 persen artinya dari 100 penduduk usia 15 tahun keatas, sekitar 64 orang tersedia memproduksi barang dan jasa pada periode tertentu. Sedangkan untuk Tingkat Pengangguran terbuka rendah yaitu sebesar 9,46 persen.

4.1.4. Kondisi Ekonomi

PDRB merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang memberikan petunjuk sejauh mana perkembangan dan struktur ekonomi suatu daerah dalam suatu kurun waktu. Pada tahun 2017 PDRB atas dasar harga berlaku Kota Medan sebesar 204,29 triliun rupiah meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu 186,05 milyar rupiah. Sedangkan PDRB atas dasar harga konstan Kota

Medan tahun 2017 sebesar 139,73 triliun rupiah meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu 132,06 triliun rupiah. Kondisi perekonomian Kota Medan menunjukkan pergerakan yang meningkat dari 5,36 persen pada tahun 2013 menjadi 6,27 persen pada tahun 2016 dan menurun menjadi 5,81 persen pada tahun 2017.

Gambar 4.2 Kondisi Ekonomi Kota Medan



Sumber : Data Pengolah BPS

Tiga sektor yang berkontribusi besar pada pembentukan Produk Domestik regional Bruto Kota Medan tahun 2017 adalah sektor Perdagangan besar dan eceran merupakan sektor yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Medan sebesar 25,21 persen, di ikuti sektor konstruksi sebesar 19,21 persen dan sektor industri pengolahan sebesar 19,21 persen

4.1.5. Kondisi Sosial

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya derajat kesehatan masyarakat adalah kurangnya sarana kesehatan, sanitasi dan lingkungan yang tidak sehat, serta rendahnya konsumsi makanan bergizi. Untuk itu Pemerintah Daerah Kota Medan senantiasa berupaya untuk meningkatkan kesadaran

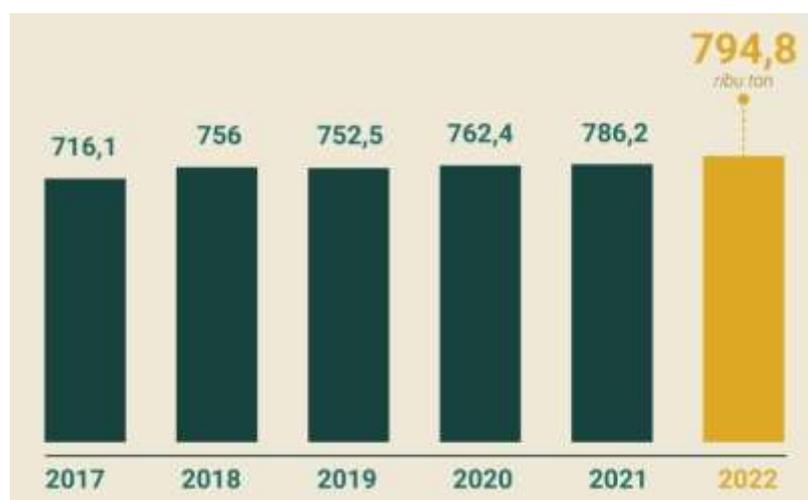
masyarakat dalam menerapkan perilaku hidup sehat melalui penyuluhan kesehatan serta program pemberian imunisasi dan suntikan bagi ibu hamil.

Pada tahun 2017 Jumlah sarana kesehatan pemerintah di Kota Medan yang terdiri dari 79 Rumah sakit, 39 Puskesmas, Posyandu sebanyak 1390 buah, klinik sebanyak 747 buah, Rumah Bersalin 117 buah, dan Puskesmas Pembantu sebanyak 41 buah. Untuk melayani masyarakat di bidang kesehatan, banyaknya tenaga pelayanan kesehatan yang ada di Kota Medan terdiri dari Dokter sebanyak 418 orang, Perawat sebanyak 580 orang, Bidan sebanyak 409 orang serta farmasi sebanyak 110 orang. Keseluruhan tenaga kesehatan tersebut berada di rumah sakit maupun beberapa puskesmas yang di Kecamatan

4.1.6. Produksi Kopi di Indonesia

Berdasarkan data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), produksi kopi global mencapai 170 juta kantong per 60 kg kopi pada periode 2022/2023. Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ke-3 dunia setelah Brazil, dan Vietnam.

Gambar 4.1. Produksi Kopi di Indonesia



Sumber : *databoks.katadata*

Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023 yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Rinciannya, Indonesia memproduksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong. Sementara produsen kopi terbesar global ditempati oleh Brasil, yang memproduksi kopi sebanyak 62,6 juta kantong kopi pada 2022/2023. Kemudian, Vietnam di peringkat kedua yang memproduksi 29,75 juta kantong kopi sepanjang 2022/2023. Urutan keempat dan kelima diisi oleh Kolombia dan Ethiopia dengan masing-masing produksi sebesar 11,3 juta kantong dan 8,27 juta kantong.

Jadi negara penghasil kopi terbesar ke-3, produksi kopi Tanah Air pun cenderung meningkat dalam lima tahun terakhir. Menurut laporan Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, meningkat sekitar 1,1% dibanding tahun sebelumnya (year-on-year/yoy).

Selama beberapa tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yakni pada 2021. Sementara itu, produksi kopi terendah yakni pada 2017 sebanyak 716,10 ribu ton, pada 2018 sebanyak 756 ribu ton. Kemudian, pada 2019 dan 2020 berturut-turut juga meningkat sebanyak 752,5 ribu ton dan 762,4 ribu ton. Tahun 2021, kembali meningkat sebanyak 786,2 ribu ton.

. Kenikmatan kopi dari Sumatera Utara didukung oleh teksturnya yang halus dan cita rasa yang unik nan menggoda. Berikut ini adalah peringkat provinsi yang melakukan produksi kopi tertinggi di Indonesia



Sumber : Statistik Kopi Indonesia 2021 BPS

Gambar 4.2. Grafik Produksi Kopi Menurut Provinsi

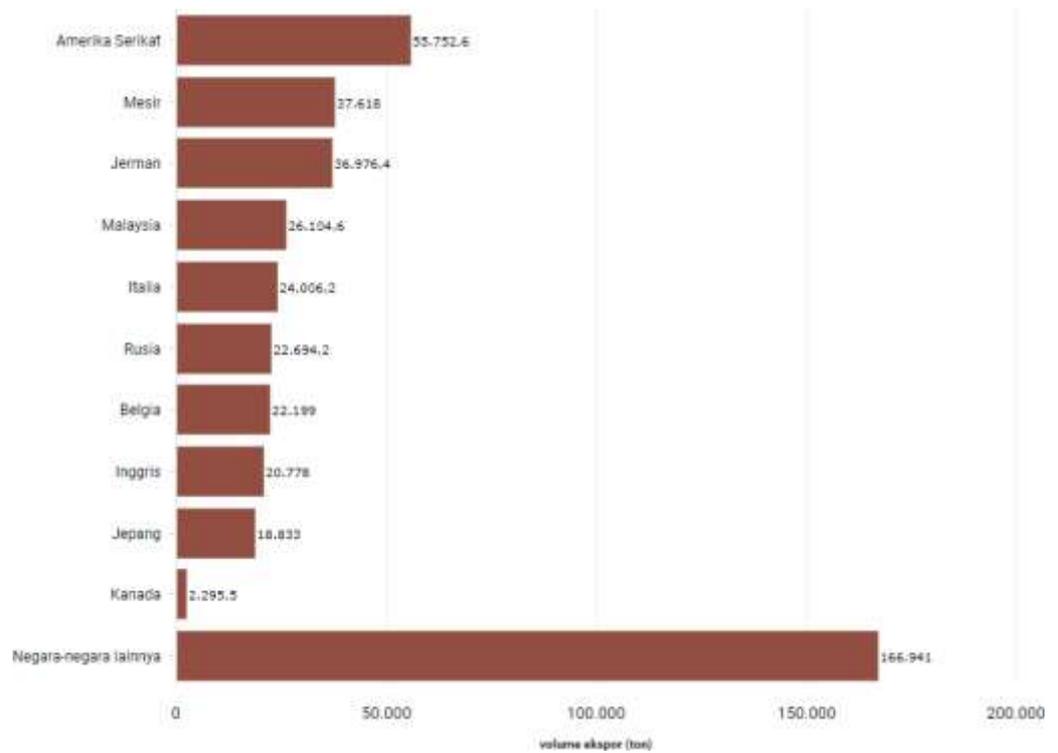
Berdasarkan data diatas terlihat bahwa pada tahun 2021 terdapat 5 provinsi dengan jumlah produksi kopi tertinggi di Indonesia. Produksi kopi tertinggi pertama di Indonesia terdapat di provinsi Sumatera Utara dengan jumlah produksi 1195 (kg/ha). Selanjutnya provinsi Riau dengan produksi kopi sebesar 1185 (kg/ha). Provinsi Sumatera Selatan sebesar 932 (kg/ha, Sumatera Barat sebesar 911 (kg/ha) dan provinsi Lampung sebesar 834 (kg/ha).

Selanjutnya dari data diatas terlihat bahwa pada tahun 2021 terdapat 5 provinsi dengan jumlah produksi kopi terendah di Indonesia. Produksi kopi terendah di Indonesia terdapat di provinsi Gorontalo yaitu sebesar 216 (kg/ha).

4.1.7. Ekspor Kopi

Sebagai salah satu produsen kopi terbesar dunia, Indonesia juga menjadi eksportir kopi papan atas di pasar internasional. Menurut laporan *Statistik Indonesia 2023* dari Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang 2022 Indonesia mengekspor kopi seberat 434,19 ribu ton, meningkat 12,92% dari tahun

sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Adapun nilai total ekspor tersebut mencapai USD 1,13 miliar.



Gambar 4.3. Tujuan Ekspor Kopi Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Amerika Serikat (AS) merupakan tujuan utama ekspor kopi nasional pada 2022, dengan volume mencapai 55,75 ribu ton atau 12,84% dari total ekspor nasional. Nilai ekspor kopi ke wilayah Joe Biden itu mencapai USD 268,04 juta. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya tingkat ekspor di Amerika karena volume konsumsi 63,53 juta karung sedangkan produksinya tidak mencukupi.

Negara tujuan ekspor kopi terbesar selanjutnya adalah Mesir, dengan volume 37,61 ribu ton dan nilai USD 82,17 juta, kemudian Jerman dengan volume 36,97 ribu ton dan nilai USD 80,93 juta. Volume ekspor kopi Indonesia ke Malaysia mencapai 26,1 ribu ton dengan nilai USD 53,25 juta, ekspor ke Italia 24

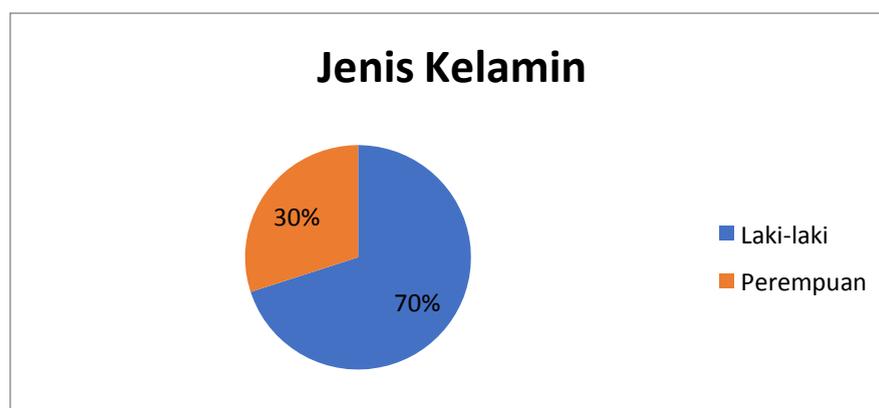
ribu ton senilai USD 48,98 juta, dan ekspor ke Rusia 22,69 ribu ton senilai USD 44,16 juta.

Adapun ekspor kopi ke Belgia mencaai 22,19 ribu ton senilai USD 65,04 juta, ke Inggris 20,77 ribu ton senilai USD 48,25 juta, ke Jepang 18,83 ribu ton senilai USD 59,05 juta, serta ke Kanada 2,29 ribu ton senilai USD 15,6 juta. Kemudian volume ekspor ke negara-negara lainnya sebanyak 166,94 ribu ton dengan nilai USD 370,78 juta.

4.2. Analisis Faktor yang mempengaruhi gen Z dalam memilih tempat untuk minum kopi di Kota Medan

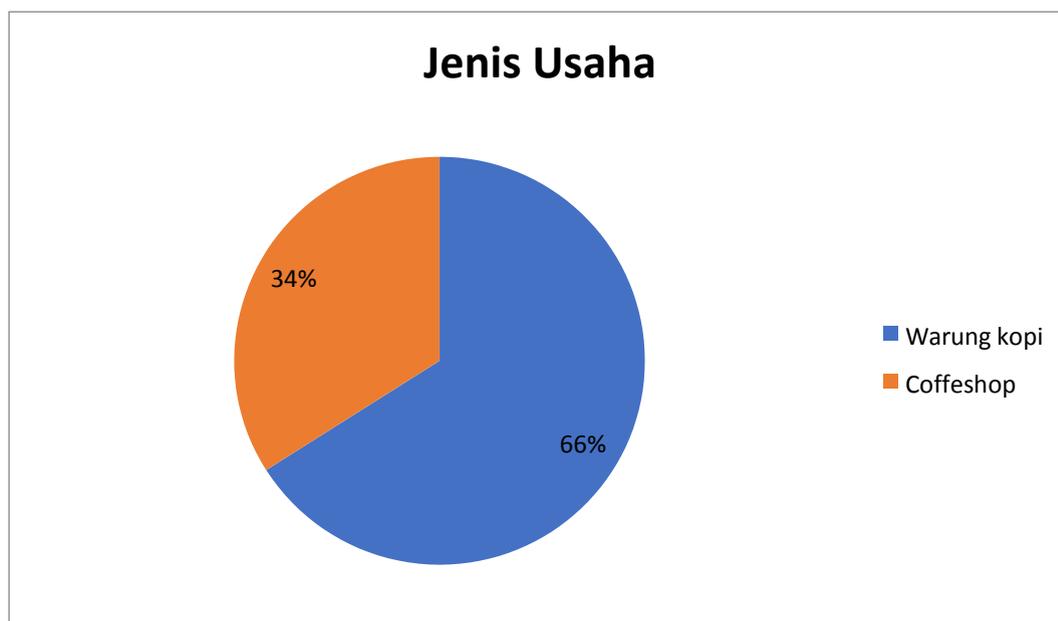
4.2.1. Demografi Responden

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada reponden yang merupakan Generasi Z di Kota Medan maka diperoleh 100 orang responden yang mengisi kuesioner melalui penyebaran angket, penulis melakukan klasifikasi penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin dan jenis usaha yang dikunjungi responden. Pengelompokan data sampel tersebut diperlukan untuk melihat gambaran umum dari responden yang merupakan Generasi Z di Kota Medan. Adapun demografi responden sebagai berikut :



Gambar 4.4 Jenis Kelamin

Dari gambar di atas dapat dideskripsi bahwasanya jenis kelamin terbanyak (mayoritas) dalam penelitian ini adalah laki-laki dengan besaran nilai 70% atau sebanyak 70 orang, sedangkan perempuan sebesar 30% atau sebanyak 30 orang.



Gambar 4.5 Jenis Kelamin

Dari gambar di atas dapat dideskripsi bahwasanya Jenis usaha (mayoritas) yang sering dikunjungi responden dalam penelitian ini adalah jenis usaha warung kopi sebanyak 66 orang, kemudian coffeshop sebanyak 34.

4.2.1. Hasil Penelitian Analisis SEM PLS

A. Convergent Validity

Validitas konvergen digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah pengukuran berkorelasi secara positif dengan pengukuran alternative dari konstruk yang sama. Untuk melihat suatu indikator dari suatu variabel konstruk adalah valid atau tidak, maka dilihat dari nilai *outer loading*nya. Jika nilai *outer loading* lebih besar dari (0,4) maka suatu indikator adalah valid (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

Berdasarkan hasil analisis data pada *convergent validity* pada indikator-indikator pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Validitas Konvergen pada Perilaku

Dalam Indikator konstruk pada Perilaku Gen Z di Kota Medan tentang faktor yang mempengaruhi perilaku minum kopi berjumlah 6 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3. Convergent Validity Perilaku

Indikator	<i>Loading factor</i>	<i>Rule of thumb</i>	Keterangan
Y.1	0.935	0,40	Memenuhi
Y.2	0.840	0,40	Memenuhi
Y.3	0.933	0,40	Memenuhi
Y.4	0.929	0,40	Memenuhi
Y.5	0.935	0,40	Memenuhi
Y.6	0.960	0,40	Memenuhi

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Perilaku dengan 6 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (Y1) : Kafe adalah pilihan saya ketika berkumpul bersama teman-teman, (Y2) : Saya berkumpul dan minum kopi bersama teman-teman memberikan kebahagiaan, (Y3) : Saya minum kopi karena pemesanannya cepat dan produk tersedia, (Y4) : Pasar kopi memberikan banyak pilihan dan rasa, (Y5) : Saya suka merekomendasikan kafe kepada orang lain karena sangat nyaman, dan (Y6) : Saya minum kopi karena mengikuti banyak orang,

Hal tersebut mempengaruhi perilaku gen z dalam memilih minum kopi di warung kopi atau coffeeshop, dengan nilai *loading factor* masing-masing berada

di atas nilai *rule of thumb* ($>0,40$), yang artinya semua pertanyaan direspon dengan baik oleh responden. Pada keenam indikator tersebut dapat dilihat bahwa perilaku minum kopi telah menjadi kebiasaan bagi anak muda medan, mereka menghabiskan waktu di warung kopi atau *coffeeshop* untuk berkumpul dan berdiskusi, hal ini juga dikarenakan banyaknya warung kopi atau *coffeeshop* yang bermunculan dan menawarkan cita rasa dan pilihan yang berbeda-beda.

2. Validitas Konvergen pada Faktor Ekonomi

Dalam Indikator konstruk pada Faktor ekonomi Gen Z di Kota Medan tentang faktor yang mempengaruhi perilaku minum kopi berjumlah 6 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4. Convergent Validity Faktor Ekonomi

Indikator	<i>Loading factor</i>	<i>Rule of thumb</i>	Keterangan
x1.1	0.750	0,40	Memenuhi
x1.2	0.909	0,40	Memenuhi
x1.3	0.938	0,40	Memenuhi
x1.4	0.938	0,40	Memenuhi
x1.5	0.942	0,40	Memenuhi
x1.6	0.935	0,40	Memenuhi

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Perilaku dengan 6 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (X1.1) : Saya memiliki kiriman uang yang cukup untuk bisa nongkrong di *coffeeshop*, (X1.2) : Untuk nongkrong di *coffeeshop* tidak memerlukan pendapatan yang besar, (X1.3) : Tidak harus memiliki pekerjaan untuk bisa nongkrong di *coffeeshop*, (X1.4) : Harga jajanan di *coffeeshop* sangat terjangkau, (X1.5) : Saya nongkrong di *coffeeshop*

untuk kebutuhan konten (X1.6) : Saya nongkrong di *coffeeshop* karena hobi kuliner,

Hal tersebut mempengaruhi perilaku gen z dalam memilih minum kopi di warung kopi atau *coffeeshop*, dengan nilai *loading factor* masing-masing berada di atas nilai *rule of thumb* ($>0,40$), yang artinya semua pertanyaan direspon dengan baik oleh responden. Pada keenam indikator tersebut dapat dilihat bahwa faktor ekonomi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku gen z untuk minum kopi, mengingat adanya perbedaan harga antara warung kopi dan *coffeeshop*, serta harga yang mahal, pendapatan atau jajan dari orang tua yang terbata, sehingga ada juga yang nongkrong dan minum kopi karena kebutuhan konten untuk media sosialnya.

3. Validitas Konvergen pada Gaya Hidup

Dalam Indikator konstruk pada Faktor gaya hidup Gen Z di Kota Medan tentang faktor yang mempengaruhi perilaku minum kopi berjumlah 8 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5. Convergent Validity Perilaku

Indikator	<i>Loading factor</i>	<i>Rule of thumb</i>	Keterangan
X2.1	0.873	0,40	Memenuhi
X2.2	0.942	0,40	Memenuhi
X2.3	0.888	0,40	Memenuhi
X2.4	0.869	0,40	Memenuhi
X2.5	0.851	0,40	Memenuhi
X2.6	0.831	0,40	Memenuhi
X2.7	0.698	0,40	Memenuhi
X2.8	0.696	0,40	Memenuhi

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Gaya hidup dengan 8 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan

yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (X2.1) : Kebutuhan akan internet membuat saya memutuskan mencari kafe sambil minum kopi, (X2.2) : Saya merasa internet menjadi penyebab saya duduk di café dan minum kopi (X2.3) : Saya menemukan kafe penjual kopi dari media sosial (X2.4) : Iklan café penjual kopi sering muncul di media sosial saya (X2.5) : Aplikasi QRIS memudahkan saya bertransaksi di café (X2.6) : Café yang menggunakan QRIS akan menjadi pilihan saya, , (X2.7) Minum kopi telah menjadi budaya bagi saya untuk hangout (X2.8) Saya dan teman-teman lebih memilih hangout minum kopi

Hal tersebut mempengaruhi perilaku gen z dalam memilih minum kopi di warung kopi atau coffeeshop, dengan nilai *loading factor* masing-masing berada di atas nilai *rule of thumb* ($>0,40$), yang artinya semua pertanyaan direspon dengan baik oleh responden. Pada kedelapan indikator tersebut dapat dilihat bahwa faktor gaya hidup menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku gen z untuk minum kopi, generasi z merasa kebutuhan akan internet saat ini, kemudian gaya hidup anak muda sekarang yang dapat dilihat melalui media sosial serta iklan-iklan dari coffeeshop memberikan dampak bagi anak muda untuk nongkrong dan minum kopi, apalagi jika sudah mendapatk kiriman uang jajan melalui transferan, dengan aplikasi QRIS transaksi yang ada di kedai kopi dapat dengan mudah dilakukan.

4. Validitas Konvergen pada Fasilitas

Dalam Indikator konstruk pada Faktor fasilitas Gen Z di Kota Medan tentang faktor yang mempengaruhi perilaku minum kopi berjumlah 8 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.6. Convergent Validity Fasilitas

Indikator	<i>Loading factor</i>	<i>Rule of thumb</i>	Keterangan
X3.1	0.904	0,40	Memenuhi
X3.2	0.909	0,40	Memenuhi
X3.3	0.892	0,40	Memenuhi
X3.4	0.914	0,40	Memenuhi
X3.5	0.910	0,40	Memenuhi
X3.6	0.792	0,40	Memenuhi
X3.7	0.881	0,40	Memenuhi

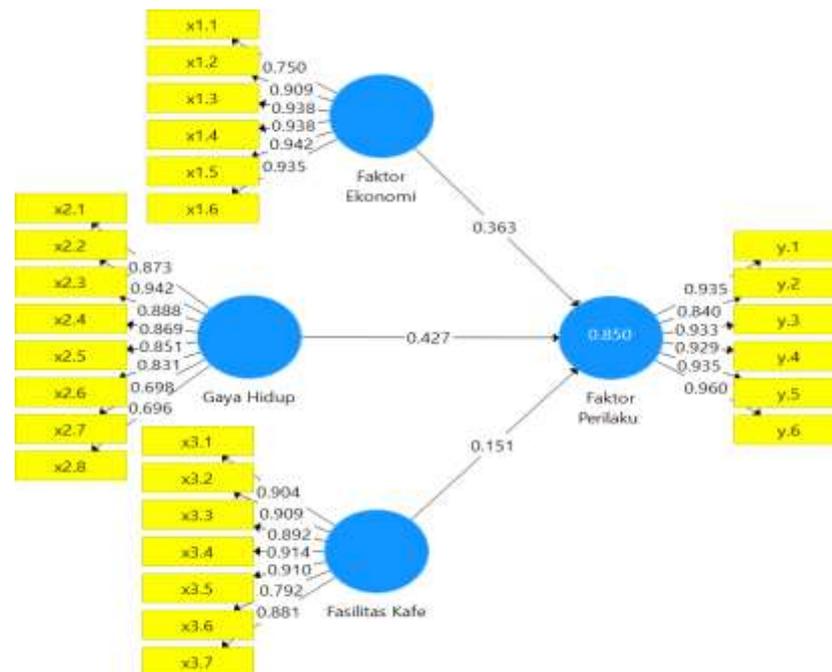
Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel fasilitas dengan 7 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (X3.1) : Spot foto yang menarik dan instagramable menjadi pilihan saya dalam memilih kafe, (X3.2) : Kafe yang memiliki spot foto menarik biasanya akan lebih banyak pengunjung (X3.3) : Live music yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe (X3.4) : Kafe yang memiliki Live music biasanya akan lebih banyak pengunjung (X3.5) : Wifi yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe (X3.6) : Kafe yang memiliki akses Wifi biasanya akan lebih banyak pengunjung, , (X3.7) M Live streaming yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe .

Hal tersebut mempengaruhi perilaku gen z dalam memilih minum kopi di warung kopi atau coffeeshop, dengan nilai *loading factor* masing-masing berada di atas nilai *rule of thumb* ($>0,40$), yang artinya semua pertanyaan direspon dengan baik oleh responden. Pada kedelapan indikator tersebut dapat dilihat bahwa faktor fasilitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku gen z untuk minum kopi, generasi z akan lebih memilih warung kopi atau coffeshop yang memiliki failitas yang sesuai kebutuhan dan keinginan anak muda saat ini seperti adanya akses wifi untuk internet, tempat memiliki spot foto yang menarik

sehingga dapat ditunjukkan di media sosial dan juga kafe yang memiliki live musik.

Adapun hasil evaluasi model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk dari *Convergent Validity* melalui *loading factor* dapat juga dikemukakan pada gambar dibawah ini :



B. Discriminant Validity

Dalam analisis *discriminant validity* dimana model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk bersifat reflektif dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pada masing-masing variabel. Dalam pengujian *discriminant validity* menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). Adapun parameter *cross loading* dalam menilai nilai *average variance extracted* untuk mengetahui tingkat validitas dari masing-masing indikator konstruk pada setiap variabel direkomendasikan lebih besar dari 0,50 ($> 0,50$) (Ghozali dan Latan, 2012). Hasil analisis *discriminant validity* dapat dikemukakan pada table di bawah ini.

Tabel 4.7 Discriminante Validity Pada varage Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Perilaku Gen Z	0.852
Faktor Ekonomi	0.818
Fasilitas Kafe	0.787
Gaya Hidup	0.698

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan hasil running data Tabel 4.6 memperlihatkan nilai *average variance extracted* (AVE) pada masing-masing variable Perilaku Gen Z di Kota Medan, faktor Ekonomi, gaya hidup dan fasilitas telah memenuhi kriteria dalam *discriminant validity*, hal ini dinilai dari *average variance extracted* (AVE) yang lebih besar dari pada 0,50 ($> 0,50$). Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $< 0,50$ digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Maka, jika nilai rata-rata $< 0,50$ dapat dinyatakan tidak valid secara konvergen.

C. Composite Reliability

Dalam melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk membuktikan seberapa akurat, konsistensi dan ketepatan instrument didalam mengukur suatu konstruk. Penggunaan *composite reliability* bertujuan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk (Ghozali dan Latan, 2012). Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* $> 0,70$ (Ghozali & Latan, 2015). Hasil dari analisis data memperlihatkan sebagai berikut.

Tabel 4.8
Composite Reliability

	Composite Reliability	Keterangan
Perilaku Gen Z	0.972	Reliabel
Faktor Ekonomi	0.964	Reliabel
Fasilitas Kafe	0.963	Reliabel
Gaya Hidup	0.948	Reliabel

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan data analisis konsistensi internal pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa variabel Perilaku Gen Z memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar $0,972 > 0,700$ maka variabel Perilaku Gen Z adalah reliabel, kemudian variabel Faktor Ekonomi memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar $0,964, > 0,700$ maka variabel Faktor Ekonomi adalah reliabel, variabel Gaya Hidup memiliki nilai realibilitas komposit sebesar $0,948, > 0,700$ maka variabel Gaya Hidup adalah reliabel, variabel Fasilitas Kafe memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar $0,963, > 0,600$ maka variabel Fasilitas Kafe adalah reliabel.

D. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam Pengujian pada model strukturan (*inner model*) bertujuan untuk melihat hubungan antara variable. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang nantinya dapat diketahui tingkat variance terhadap perubahan variable independent terhadap variable dependent. Hasil analisis *R-Square* ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.9 R Squared

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Gen Z	0.850	0.845

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Pada tabel di atas diperoleh hasil pengaruh Faktor Ekonomi dan Gaya hidup terhadap Perilaku Gen Z adalah sebesar 0,850, artinya besaran pengaruh 85,0%, hal ini berarti menunjukkan PLS yang kuat.

E. F Squared

F squared digunakan untuk menilai dampak relative dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun nilai *f squared* dari data tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.10 F Squared

	F Squared
Faktor Ekonomi -> Perilaku	0.119
Fasilitas Kafe -> Perilaku	0.096
Gaya Hidup -> Perilaku	0.126

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwasannya pengujian *f squared* sebagai berikut :

1. Pengaruh faktor ekonomi terhadap perilaku memiliki nilai *f squared* sebesar 0,119. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat efek yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku memiliki nilai *f squared* sebesar 0,126. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat efek yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Pengaruh fasilitas kafe \ terhadap perilaku memiliki nilai *f squared* sebesar 0,0096. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat efek yang lemah antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

F. Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk membuktikan hipotesis-hipotesis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara langsung (tanpa perantara). Jika nilai koefisien jalur adalah positif mengindikasikan bahwa kenaikan nilai suatu variabel diikuti oleh kenaikan nilai variabel lainnya, jika nilai koefisien jalur adalah negatif mengindikasikan bahwa kenaikan suatu variabel diikuti oleh penurunan nilai variabel lainnya. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014; Garson, 2016).

Jika nilai probabilitas (P-Value) < Alpha (0,05) maka H_0 ditolak (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah signifikan). Jika nilai probabilitas (P-Value) > Alpha (0,05) maka H_0 ditolak (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah tidak signifikan) (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014; Garson, 2016).

Tabel 4.11
Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Faktor Ekonomi -> Perilaku	0.363	0.342	0.119	3.045	0.002
Fasilitas Kafe -> Perilaku	0.151	0.159	0.096	3.579	0.001
Gaya Hidup -> Perilaku	0.427	0.440	0.126	3.379	0.001

Sumber : SEM-PLS dan diolah

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa ketentuan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai original sample

sebagai nilai coefficient atau disebut juga nilai beta. Dalam menetapkan penerimaan atau penolakan pada H_0 dalam pengujian hipotesis, dapat dilihat dari nilai pada kolom *t Statistic* dan nilai pada kolom *P Values*. Adapun ketentuannya adalah jika nilai *t statistic* lebih besar dari nilai *t table* ($t_{statistic} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi 5 % (*t table* dilihat dari jumlah sampel, dimana sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden) atau menggunakan nilai *P Value* dengan ketentuan jika $< 0,05$ dimana kesimpulannya tolak H_0 , dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya. Hasil Analisis Data sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

pengaruh langsung variabel X_1 (Faktor Ekonomi) terhadap variabel Y (Perilaku) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,363 (positif), maka peningkatan nilai variabel Faktor Ekonomi akan diikuti peningkatan variabel Perilaku. Pengaruh variabel Faktor Ekonomi terhadap Perilaku memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Faktor Ekonomi terhadap Perilaku adalah signifikan.

2. Pengaruh Gaya hidup terhadap Perilaku Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

Pengaruh langsung variabel X_2 (Gaya hidup) terhadap variabel Y (Perilaku) mempunyai koefisien jalur sebesar 4,427 (positif), maka peningkatan nilai variabel Gaya hidup akan diikuti peningkatan variabel Perilaku. Pengaruh variabel Gaya hidup terhadap Perilaku memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,001 <$

0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Gaya hidup terhadap Perilaku adalah signifikan.

3. Fasilitas Kafe berpengaruh terhadap Perilaku Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

Pengaruh langsung variabel X3 (Fasilitas Kafe) terhadap variabel Y (Perilaku) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,151 (positif), maka peningkatan nilai variabel Fasilitas Kafe akan diikuti peningkatan variabel Perilaku. Pengaruh variabel Fasilitas Kafe terhadap Perilaku memiliki nilai *P-Values* sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara Fasilitas Kafe terhadap Perilaku adalah signifikan.

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023 yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Rinciannya, Indonesia memproduksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong. Sementara produsen kopi terbesar global ditempati oleh Brasil, yang memproduksi kopi sebanyak 62,6 juta kantong kopi pada 2022/2023. Kemudian, Vietnam di peringkat kedua yang memproduksi 29,75 juta kantong kopi sepanjang 2022/2023. Urutan keempat dan kelima diisi oleh Kolombia dan Ethiopia dengan masing-masing produksi sebesar 11,3 juta kantong dan 8,27 juta kantong
2. Indonesia menjadi eksportir kopi papan atas di pasar internasional. Menurut laporan *Statistik Indonesia 2023* dari Badan Pusat Statistik (BPS) karena sepanjang 2022 Indonesia mengekspor kopi seberat 434,19 ribu ton, meningkat 12,92% dari tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*).
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Faktor Ekonomi berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan
5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Fasilitas Kafe berpengaruh terhadap Perilaku minum kopi pada Generasi Z di Kota Medan

5.2. Saran

Adapun saran-saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terkait dengan faktor ekonomi, bagi generasi Z ternyata kiriman uang dari orang tua menjadi faktor penentu generasi Z minum kopi di coffee shop, sehingga perlu adanya pendapatan tambahan bagi generasi Z untuk bisa minum kopi di coffee shop.
2. Terkait dengan faktor budaya, dalam pernyataan terkait dengan minum kopi telah menjadi budaya untuk hangout, masih banyak generasi Z yang tidak beranggapan seperti itu sehingga dalam penelitian selanjutnya hal ini dapat dipertimbangkan.
3. Terkait dengan fasilitas kafe, saat ini kebanyakan kafe sudah dilengkapi dengan akses wifi, sehingga hal ini bukan menjadi penentu bagi generasi Z.
4. Diharapkan bagi pemerintah agar terus meningkatkan kebijakan proses ekspor kopi di Indonesia karena menaikkan jumlah devisa melalui kebijakan menaikkan ekspor di negara Indonesia. Kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan ekspor sebaiknya ditingkatkan agar industri dalam negeri dapat mengekspor ke pasar internasional
5. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi variabel dependen

tersebut yang tidak di teliti dalam penelitian ini dan diharapkan juga peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel dan jumlah indikator yang di anggap penting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, L. (1999). *Pengantar perencanaan dan pembangunan ekonomi daerah*.
- Dickinson, D. K., & Neuman, S. B. (2007). *Handbook of early literacy research* (Vol. 2). Guilford Press.
- Endrianto, W. (2015). Prinsip keadilan dalam pajak atas umkm. *Binus Business Review*, 6(2), 298–308.
- Hidayah, N., & Karlina, G. R. (2020). Analisis Ketercapaian dan kontribusi komponen pendapatan asli daerah Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 31–43.
- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di Semarang Barat). *None*, 5(1), 133017.
- Kusreni, S. (2017). Determinan pertumbuhan ekonomi di 4 negara ASEAN. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(1), 10–20.
- Manggala, G. D. (2020). Analisis Perkembangan Dan Proyeksi Perekonomian Indonesia Dari Tahun 2014–2020 Setelah Adanya Pandemi Corona. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–5.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 6(2), 61–74.
- Sekaran dan Bougie, U. dan R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, B). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif. In *Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sukirno, S. (2017). *Pengantar bisnis*. Prenada Media.
- Sumaryana, F. D., Putra, T. A. P. S., & Hakim, A. (2022). ANALISIS PERTUMBUHAN EKONOMI DAN INDEKS GINI KABUPATEN SUMEDANG. *Jurnal Co Management*, 4(3), 797–801.
- Yunianto, A. F. (2012). *Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Dan Pengeluaran Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Kudus*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

LAMPIRAN

KUSIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR EKONOMI DAN BUDAYA MINUM KOPI ALA ANAK MUDA MEDAN UNTUK PENINGKATAN SEKTOR UMKM DI KOTA MEDAN)

- Penggunaan Skala Linkert Numerik:



A. Identitas Responden

Nama :

Usia : : > 21 tahun 21 – 30 tahun
 : 31 – 40 tahun

Jenis Kelamin : laki-laki perempuan

Nama Usaha :

Alamat Usaha :

Jenis Usaha yang Dimiliki : Coffe Shop
 Warung Kopi

FAKTOR EKONOMI (X1)

1. Saya memiliki kiriman uang yang cukup untuk bisa nongkrong di *Coffeeshop*

Tidak Memenuhi

Memenuhi



2. Untuk nongkrong di *coffeeshop* tidak memerlukan pendapat yang besar

Tidak Memenuhi

Memenuhi



3. Tidak harus memiliki pekerjaan untuk bisa nongkrong di *Coffeeshop*

Tidak Memenuhi

1 2 3 4 5

Memenuhi

4. Harga jajanan di *coffeeshop* sangat terjangkau

Tidak Memenuhi

1 2 3 4 5

Memenuhi

5. Saya nongkrong di *coffeeshop* untuk kebutuhan konten

Tidak Memenuhi

1 2 3 4 5

Memenuhi

6. Saya nongkrong di *coffeeshop* karena hobi kuliner

Tidak Memenuhi

1 2 3 4 5

Memenuhi

GAYA HIDUP (X2)

1. Kebutuhan akan internet membuat saya memutuskan mencari kafesambil minum kopi

Tidak Setuju

1 2 3 4 5

Setuju

2. Saya merasa internet menjadi penyebab saya duduk di café dan minum kopi

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

3. Saya menemukan kafe penjual kopi dari media sosial

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

4. Iklan café penjual kopi sering muncul di media sosial saya

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

5. Aplikasi QRIS memudahkan saya bertransaksi di café

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

6. Café yang menggunakan QRIS akan menjadi pilihan saya

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

7. Minum kopi telah menjadi budaya bagi saya untuk hangout

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

8. Saya dan teman-teman lebih memilih hangout minum kopi

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

FASILITAS KAFE (X3)

1. Spot foto yang menarik dan instagramable menjadi pilihan sayadalam memilih kafe

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

2. Kafe yang memiliki spot foto menarik biasanya akan lebih banyakpengunjung

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

3. Live music yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

4. Kafe yang memiliki Live music biasanya akan lebih banyak pengunjung

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

5. Wifi yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

6. Kafe yang memiliki akses Wifi biasanya akan lebih banyak pengunjung

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

7. Live streaming yang tersedia menjadi pilihan saya dalam memilih kafe

Tidak Tersedia

Tersedia

1 2 3 4 5

FAKTOR PERILAKU (Y)

1. Kafe adalah pilihan saya ketika ingin berkumpul bersama teman-teman

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

2. Saya berkumpul dan minum kopi bersama teman-teman memberikan kebahagiaan

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

3. Saya minum kopi karena pemesanannya cepat dan produk tersedia

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

4. Pasar kopi memberikan banyak pilihan dan rasa

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

5. Saya suka merekomendasikan kafe kepada orang lain karena sangat nyaman

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

6. Saya minum kopi karena mengikuti banyak orang

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5

Jawaban Kuesioner

Variabel Perilaku						Variabel faktor Ekonomi					
y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6
5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2
5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5
2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	5	5	3	4	5	3	3	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2

3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	2	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	3	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5

4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2

Variabel Gaya Hidup								Variabel Fasilitas						
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	4	1	5	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	5
1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	2	4
3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2
4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5

5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	3	3	3	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	2	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4
2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4

3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	2	4
3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2	4	4	2	5	3	3	3	3	3
4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	3	3	3	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	2	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5

5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	3	3	3	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	2	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1