

No. Daftar FPIPS: 1660/UN40.A2.8/PP/2020

GELOMBANG KOPI GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



oleh
Rifa Fahmi LQ Fitriani
1604351

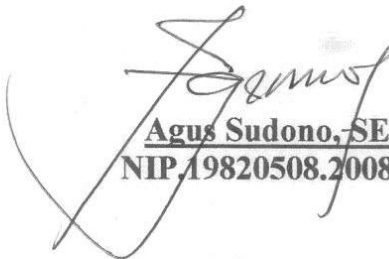
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

GELOMBANG KOPI GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I


Agus Sudono, SE., MM.
NIP.19820508.200812.1.002

Pembimbing II


Ridwan Iskandar, SE., MM.

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

GELOMBANG KOPI GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG

oleh
Rifa Fahmi LQ Fitriani
1604351

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Rifa Fahmi LQ Fitriani
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2020

Hak cipta dilindungi Undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara jalur lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rifa Fahmi LQ Fitriani

NIM :1604351

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul:

“Gelombang Kopi Generasi Milenial di Kota Bandung” merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Serta seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, 30 Juni 2020

Penulis,

Rifa Fahmi LQ Fitriani

1604351

GELOMBANG KOPI GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG

Rifa Fahmi LQ Fitriani

ABSTRAK

Dewasa ini kopi adalah salah satu minuman yang menjadi primadona. Kopi digandrungi tidak hanya dikalangan orang tua, tetapi juga di kalangan anak muda. tercatat dari tahun 2010 hingga 2015 jumlah pertumbuhan usaha *café* atau *coffee shop* di Bandung meningkat dari 191 menjadi 278 di tahun 2015 membuat kopi makin mudah didapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat gelombang kopi konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung. Penelitian dilakukan sejak 28 April 2020 hingga 11 Juni 2020. Atribut gelombang kopi meliputi alasan mengonsumsi kopi, konsumsi kopi di rumah, pengetahuan tentang jenis biji kopi, ketertarikan terhadap pengetahuan jenis biji kopi, pengetahuan tentang asal-usul biji kopi, ketertarikan terhadap pengetahuan asal-usul biji kopi, pengetahuan tentang proses pembuatan kopi, ketertarikan terhadap pengetahuan proses pembuatan kopi, kepentingan tentang kematangan biji kopi, pengetahuan terhadap kematangan biji kopi, dan pandangan terhadap barista. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung adalah perempuan dengan jumlah 115 (54.5%), berstatus mahasiswa yang berjumlah 157 (74,4) dengan rentang usia 21 tahun-26 tahun sejumlah 125 (58.8%). Hasil gelombang kopi menunjukkan bahwa konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mayoritas berada di gelombang kedua.

Kata kunci: Gelombang Kopi, Kopi, *Coffee shop*

COFFEE WAVE ON MILLENIALS GENERATION IN BANDUNG

Rifa Fahmi LQ Fitriani

ABSTRACT

Nowadays, coffee is becoming one of excellent beverage. Coffee favored not only by the elders, but also by the youngsters. It is recorded from 2010 to 2015 the number of *café* or *coffee* shop in Bandung increased from 191 to 278 in 2015 making coffee easier to be found. This study intended to know the coffee wave level of millennial generation customers of coffee shop in Bandung. The research was conducted since April, 28th 2020 to June, 11th 2020. Attribute in coffee wave included the reason of consuming coffee, coffee consumption at home, knowledge about coffee beans variation, interest in the knowledge of coffee beans variation, knowledge of coffee beans origin, interest in the knowledge of coffee beans origin, knowledge of coffee making process, interest in the knowledge of coffee making process, the importance of coffee beans' roasted level, knowledge of coffee beans' roasted level dan the view on barista. The results of the research showed that the most coffee shop customers of millennial generation in Bandung City are 115 (54.5%) female, 157 (74.4%) student, 125 (58.8%) age range 21 to 30 years old . The coffee wave of the coffee shop costumers of millennial generation in Bandung City is in second wave.

Keyword: coffee wave, coffee, coffee shop

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1_PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB 2_KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Pustaka	5
2.1.1 <i>Coffee shop</i>	5
2.1.2 Kopi	5
2.1.2.1 Sejarah	5
2.1.2.2 Jenis Biji Kopi	6
2.1.2.3 Perkembangan Kopi.....	8
2.1.3 Tingkatan Generasi	9
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	17
2.4 Hipotesis	17
BAB 3_METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian	18
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	18

3.3	Operasionalisasi Variabel	18
3.4	Populasi dan Sampel.....	20
3.4.1	Populasi.....	20
3.4.2	Sampel	20
3.4.3	Teknik Sampling.....	21
3.5	Sumber Data dan Pengolahan Data	22
3.5.1	Sumber Data	22
3.5.2	Pengolahan Data	22
3.6	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	23
3.6.1	Uji Validitas	23
3.6.2	Uji Reliabilitas	24
BAB 4 <u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u>		26
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	26
4.1.1	Kota Bandung	26
4.1.2	Keadaan Wilayah dan Kondisi Geografis Kota Bandung	27
4.1.3	Sejarah Kota Bandung	28
4.1.4	Jumlah Penduduk Kota Bandung.....	30
4.2	Hasil Penelitian.....	30
4.2.1	Karakteristik Responden.....	30
4.2.2	Variabel Gelombang Kopi	40
4.2.2.1	Alasan Mengonsumsi Kopi	40
4.2.2.2	Konsumsi Kopi di Rumah	42
4.2.2.3	Pengetahuan Responden terhadap Jenis Biji Kopi yang disajikan di <i>Coffee shop</i>	43
4.2.2.4	Ketertarikan mengetahui jenis biji kopi yang disajikan di <i>coffee shop</i>	44
4.2.2.5	Pengetahuan terhadap asal daerah biji kopi yang disajikan di <i>coffee shop</i>	46
4.2.2.6	Ketertarikan pada asal daerah biji kopi yang disajikan di <i>coffee shop</i>	47
4.2.2.7	Pengetahuan terhadap Proses Pembuatan Kopi.....	48
4.2.2.8	Ketertarikan pada Proses Pembuatan Kopi.....	50

4.2.2.9	Kepentingan terhadap kematangan biji kopi	51
4.2.2.10	Pengetahuan Responden terhadap Kematangan Biji Kopi	52
4.2.2.11	Pandangan Responden pada Barista	53
4.3	Statistik Deskriptif Variabel Gelombang Kopi	56
4.4	Uji Hipotesis	58
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.5.1	Karakteristik Konsumen Generasi Milenial <i>Coffee Shop</i> di Kota Bandung	59
4.5.2	Gambaran Gelombang Kopi Generasi Milenial di Kota Bandung ...	59
4.5.3	Gelombang Kopi Generasi Milenial di Kota Bandung	60
BAB 5	<u>PENUTUP</u>	62
5.1	Simpulan	62
5.2	Saran	63
DAFTAR	PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2. Jumlah café atau <i>coffee shop</i> di Kota Bandung Tahun 2010–2015.....	1
Tabel 2.2 Nama Generasi, Tahun Kelahiran dan Peristiwa yang Terjadi sebagai Dasar Penamaan Generasi	10
Tabel 2.3 Perbedaan Karakteristik Tiga Kelompok Generasi	11
Tabel 2.4 Data Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	19
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Gelombang Kopi (X)	23
Tabel 3.4 Tingkat Keandalan <i>Cronbatch Alpha</i>	24
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan.....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Ngopi.....	37
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitasi Waktu Per kunjungan ..	39
Tabel 4.8 Alasan Responden Mengonsumsi Kopi.....	40
Tabel 4.9 Konsumsi Kopi Responden di Rumah.....	42
Tabel 4.10 Pengetahuan Responden terhadap Jenis Biji	43
Tabel 4.11 Ketertarikan Responden terhadap Pengetahuan Jenis Biji	44
Tabel 4.12 Pengetahuan Responden terhadap Asal-usul Biji Kopi	46
Tabel 4.13 Ketertarikan Responden terhadap Pengetahuan Asal-usul Biji Kopi yang disajikan di Coffee Shop	47
Tabel 4.14 Pengetahuan Responden terhadap Proses Pembuatan Kopi.....	48
Tabel 4.15 Ketertarikan Responden terhadap Pengetahuan Proses Pembuatan Kopi	50
Tabel 4.16 Kepentingan Responden terhadap Pengetahuan Kematangan Biji Kopi.	51
Tabel 4.17 Pengetahuan Responden terhadap Kematangan Biji Kopi	52
Tabel 4.18 Pandangan Responden terhadap Barista.....	53
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Variabel Gelombang Kopi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2000-2016.....	2
Gambar 2.1 Biji Kopi Arabika.....	6
Gambar 2.2 Biji Kopi Robusta	7
Gambar 4.1 Grafik Usia Responden	31
Gambar 4.2 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	32
Gambar 4.3 Grafik Pekerjaan Responden.....	33
Gambar 4.4 Grafik Penghasilan Responden	35
Gambar 4.5 Grafik Intensitas Ngopi Responden	36
Gambar 4.6 Grafik Pengeluaran Responden untuk Ngopi	38
Gambar 4.7 Grafik Intensitas Waktu Perkunjungan Responden	39
Gambar 4.8 Grafik Alasan Responden Mengonsumsi Kopi.....	41
Gambar 4.9 Grafik Kombinasi Alasan Responden Mengonsumsi Kopi	42
Gambar 4.10 Grafik Konsumsi Kopi Responden di Rumah	43
Gambar 4.11 Grafik Pengetahuan Responden terhadap Biji Kopi	44
Gambar 4.12 Grafik Ketertarikan Responden terhadap Pengetahuan Biji Kopi	45
Gambar 4.13 Grafik Pengetahuan Responden terhadap Asal-usul Biji Kopi.....	46
Gambar 4.14 Grafik Ketertarikan Responden Pengetahuan terhadap Asal-usul Biji Kopi	47
Gambar 4.15. Grafik Pengetahuan Responden terhadap Proses Pembuatan Kopi....	48
Gambar 4.16. Grafik Ketertarikan Responden terhadap Pengetahuan Proses Pembuatan Kopi	50
Gambar 4.17. Grafik Kepentingan Responden terhadap Kematangan Biji Kopi	51
Gambar 4.18. Grafik Pengetahuan Responden terhadap Kematangan Biji Kopi	52
Gambar 4.19. Grafik Pandangan Responden terhadap Barista.....	54
Gambar 4.20. Grafik Kombinasi Pandangan Responden terhadap Barista	54
Gambar 4.21. Garis Kontinum Gelombang Kopi	57

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon. dan Riduwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Anindyaputri, I. (2019, Oktober 22). *Mengenal Beragam Jenis Biji Kopi dari Seluruh Dunia*. Retrieved Desember 11, 2019, dari hello sehat: <http://www.hellosehat.com>
- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta.
- _____. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1986). *Reliabilitas dan Validitas: Interpretasi dan Komputasi*. Yogyakarta: Liberty.
- Caspi, A., dan Roberts, B. W. (2001). *Personality development across the life course: The argument for change and continuity*. *Psychological Inquiry*, 12(2), 49–66. doi:10.1207/S15327965 PLI1202_01.
- Caspi, A., Roberts, B. W., dan Shiner, R. L. (2005). *Personality development: Stability and change*. *Annual Review of Psychology*, 56, 453–484. doi:10.1146/annurev.psych.55.090902.141913.
- Cooper, D.R. dan P.S. Schindler. (2003). *Business Research Methods, International Edition*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Dencker, J. C., Joshi, A., dan Martocchio, J. J. (2008). *Towards a theoretical framework linking generational memories to workplace attitudes and behaviors*. *Human Resource Management Review*, 18(3), 180–187. doi:10.1016/j.hrmr.2008.07.007.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2016). *Data Jumlah café/coffee shop di Kota Bandung*. Bandung: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
- Ellis, M. (2004). *The Coffee-House: A Cultural History*. London: Phoenix.
- Gedik, Sezgi, dkk. (2017). *New Approaching Astronomy: Thirdwavecoffee*. *The Journal of International Social Research*. Vol. 9, Agustus 2016.

- Gozali, Imam. (2009). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universtias Diponogoro
- Gravatter, F.J. dan Forzano, L.B. (2012). *Research Method for Behavioral Sciences (4th editon)*. Canada: Cengage Learning.
- Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Gumulya, D. dan Ivana, S. (2017). *Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia*. Dimensi, Vol. 13- No. 2, Februari 2017.
- Handini, Yuslinda Dwi. (2020). *Pengembangan Industri Kreatif Kafe Kopi dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata di Kabupaten Bondowoso*. Journal od Tourism and Creativity. Vol.4 No.1 Januari 2020.
- Hair, Joseph E, Jr Et al. (2010). *Multivariate Data Analisis 7th Edition*. Pearson education Limited. England: Harlow.
- Howe, N., dan Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage.
- International Coffee Organization. (2017). *Grafik Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2000-2016*. Jakarta: International Coffee Organization.
- Ismiyanto, PC. S., M. Pd. (2003). *Metode Penelitian*. Semarang: FBS UNNES. Jamaluddin
- Johnson, S. (1755). *A Dictionary of English Language*. Great Britain: Consortium.
- Lancaster, L. C. dan Stillman, D. (2002). *When Generations Collide. Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Collins Business.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mustinanda, Luisiana. (2016). *Generasi Millenial Terbukti Lebih Banyak Minum Kopi dibandingkan Generasi Sebelumnya*. Retrieved Juli, 11, 2020, dari detikfood: <http://www.detikfood.com>
- Nazir, Moh. (2005). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, H. (1983). *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: gajahmada University Press
- Nobel, S. M., dan Schewe, C. D. (2003). *Cohort segmentation: An exploration of its validity*. Journal of Business Research, 56(12), 979–987. doi:10.1016/S0148-2963(02)00268-0.

- Nugroho, Reynaldi Satrio. (2016). *Pengantar Teori Generasi Strauss-Howe*. Majalah Ganesha-Kelompok Studi Sejarah, Ekonomi dan Politik (MG-KSSEP) Institut Teknologi Bandung
- Prakosa, Adi. (2019). *Generasi Third Wave Coffee: Perspektif Milenial Terhadap Kopi Gelombang Ketiga*. Bisman (Bisnis & Manajemen): The Journal of Business and Management. Volume 2. Nomor 2, Agustus 2019.
- Prasetyo, B. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahayu, K.S. dan Mustika P. (2017). *Coffee Preference Among Young People in Bandung*. Proceedings of 137th The IIER International Conference, Seoul, South Korea, 18th-19th November 2017
- Rothgeb, T. (2003). Norway and Coffee. *Roasters Guild*.
- Sudjana, N. dan Ibrahim. (2007) *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2009). *Statistik untuk Penelitian. Cetakan ke-15*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Twenge, J. M. (2006). *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled—and More Miserable Than Ever Before*. New York: Free Press.
- Yusianto. (2003). *Karakteristik Kopi Indonesia*. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.