

ABSTRAK

Analisis Faktor-Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih *Coffeeshop* di Kota Bandung

Seiring berkembangnya zaman, muncul sebuah tren baru dalam mengkonsumsi minuman kopi sehingga terciptanya perubahan dari mengkonsumsi minuman kopi sebagai kebutuhan untuk menghilangkan rasa kantuk menjadi sebuah gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pada atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih *coffeeshop* di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan Nonprobability sampling dengan jumlah responden 300 orang konsumen *coffeeshop* di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis uji faktor Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) dan Barlett's Test dengan menggunakan program SPSS versi 24. Berdasarkan teknik analisis faktor dengan menggunakan 7 atribut, maka hasil penelitian ini menghasilkan faktor penting konsumen dalam memilih sebuah *coffeeshop* di Kota Bandung, yaitu faktor pada atribut produk. Dalam penelitian ini terdapat faktor penting pada atribut produk ketika konsumen memilih *coffeeshop* yang ada di Kota Bandung.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, *coffeeshop*, atribut.