

ABSTRAK

Sebagai bisnis *Coffee shop* yang sudah berjalan beberapa bulan dan terus mengalami pertumbuhan. Hal ini menarik peneliti untuk menemukan apa saja yang menjadi atribut, stimuli, maupun level pilihan konsumen di kota Bandung terhadap *De.U Coffee* pada masa *pandemic Covid-19* sehingga mampu bertahan dan terus mengalami perkembangan di Indonesia.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Atribut , level, dan kombinasi dari atribut dan level yang paling dipilih konsumen *De.U Coffee* Bandung.

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada 400 responden konsumen *De.U* yang akan diolah menggunakan aplikasi statistika SPSS v25. Hasil penelitian dianalisis menggunakan teknik analisis konjoin.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa atribut citarasa menjadi atribut yang paling dipilih konsumen *De.U Coffee* Bandung, dan level yang paling dipilih adalah *outdoor*. Kombinasi antara atribut dan level yang paling dipilih adalah citarasa pahit, beraroma robusta, penyajian dingin, dan kenyamanan *outdoor*.

Kesimpulan menunjukkan bahwa atribut citarasa dengan level kenyamanan *outdoor* adalah yang paling dipilih bagi konsumen dalam pemilihan minuman kopi di *De.U Coffee* Bandung yang terdiri dari kombinasi atribut dan level yang terdiri dari citarasa pahit, aroma robusta, penyajian dingin, dan kenyamanan *outdoor*.

Kata Kunci: *Coffee shop*, Konjoin, Preferensi Konsumen