

## 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