

ANALISIS PETA PERSEPSI CAFÉ BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG (Studi Kasus Merek Excelso, J.CO Donuts & Coffee, Ngopi Doeloe, Bober Café, Kopi Progo, Kopi Lamping, dan Kopi Ireng)

ABSTRAK

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia relatif cukup baik dan dinamis. Perkembangan industri makanan dan minuman didorong dari perkembangan restoran dan rumah makan yang tumbuh dengan baik. Salah satu fenomena yang menarik adalah pertumbuhan restoran berjenis kafe yang semakin marak bermunculan. Kafe berkembang seiring mengikuti dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada umumnya kafe merupakan tempat yang menyediakan suatu jenis usaha jasa pangan dan bertempat pada seluruh bangunan yang permanen dengan dilengkapi peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman serta dapat memenuhi syarat yang ditetapkan. Berdasarkan 7 merek kafe sebagai objek studi untuk dianalisis, maka dapat diketahui merek-merek kafe mana yang menjadi pesaing terdekat merek kafe lain berdasarkan persepsi konsumen kafe di kota Bandung dalam memilih merek kafe berdasarkan atribut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peta persepsi merek kafe Excelso, J.CO Donuts Coffee, Ngopi Doeloe, Bober café, Kopi Progo, Kopi Lamping, dan Kopi Ireng berdasarkan persepsi konsumen di kota Bandung. Serta memberikan saran tentang langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan masing-masing perusahaan kafe agar memiliki citra produk yang lebih baik sehingga dapat menjadi pilihan konsumen khususnya di kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan membandingkan 7 merek kafe. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Multidimensional Scalling* untuk memetakan posisi kafe merek satu dengan yang lain untuk menganalisis tingkat persaingan dan memetakan posisi merek kafe terhadap 7 atribut dalam peta persepsi dengan jumlah responden sebanyak 400 responden.

Hasil penelitian ini adalah konsumen telah mempersepsikan bahwa kafe merek Bober Café adalah pesaing terdekat Excelso, kafe merek Excelso adalah pesaing terdekat J.CO Donuts & Coffee, kafe merek Bober Café adalah pesaing terdekat Ngopi Doeloe, kafe merek Ngopi Doeloe adalah pesaing terdekat Bober Café, kafe merek Kopi Lamping adalah pesaing terdekat Kopi Progo, kafe merek Kopi Progo adalah pesaing terdekat Kopi Lamping, kafe merek Kopi Lamping adalah pesaing terdekat Kopi Ireng. Sedangkan berdasarkan atribut, konsumen mempersepsikan bahwa kafe merek Excelso adalah kafe terbaik berdasarkan atribut pelayanan, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Ireng. Kafe merek Kopi Lamping adalah kafe termurah berdasarkan atribut harga, dan yang termahal adalah kafe merek Excelso. Kafe merek Excelso adalah kafe terbaik berdasarkan atribut kualitas makanan, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Ireng. Kafe merek Excelso adalah kafe terbaik berdasarkan atribut atmosfer kafe, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Ireng. Kafe merek Ngopi Doeloe adalah kafe terbaik berdasarkan atribut variasi menu, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Ireng. Kafe merek J.CO Donuts & Coffee adalah kafe terbaik berdasarkan atribut lokasi, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Lamping. Kafe merek J.CO Donuts & Coffee adalah kafe terbaik berdasarkan atribut promosi, dan yang terburuk adalah kafe merek Kopi Ireng. Untuk meningkatkan persaingan harus merubah citra perusahaan dengan memperbaiki atribut-atribut yang masih tergolong lemah di mata konsumen serta menerapkan strategi penyempurnaan pelayanan secara berkala.

Kata Kunci : Peta Persepsi, Kafe, *Multidimensional Scalling*.