

ABSTRAK

Kopi Setia Jatinangor merupakan perusahaan bisnis kuliner di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Kopi Setia adalah salah satu cafe yang terkenal dikalangan remaja dan dewasa. Cafe ini pertama kali berdiri pada tahun 2022 dengan mengusung konsep industrial tropikal. Kopi Setia Jatinangor ini memiliki target pasar yaitu, mahasiswa yang tergolong kedalam generasi Z dan keluarga.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran umum pada Kopi Setia Jatinangor, mengetahui bagaimana perilaku konsumen generasi Z pada Kopi Setia Jatinangor dan mengetahui faktor-faktor yang menghambat perilaku konsumen generasi Z pada Kopi Setia Jatinangor. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan aktivitas data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dianalisa bahwa perilaku konsumen generasi Z di Kopi Setia Jatinangor yang diukur melalui AIO (*Activity, Interest, Opinion*). Aktivitas (*Activity*) menunjukkan jika konsumen generasi Z pada Kopi Setia Jatinangor ini sering datang berkunjung untuk sekedar mengerjakan tugas atau sekedar menongkrong. Minat (*Interest*) menunjukkan mereka sangat tertarik kepada tempat-tempat yang estetik dan menarik untuk dijadikan konsumsi gaya hidup mereka. Pendapat (*Opinion*) menunjukkan mereka puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kopi Setia Jatinangor, namun terdapat beberapa hal yang menurut mereka masih kurang puas yaitu, harga yang ditawarkan *pricey*, lahan parkir yang menyatu dengan akses jalan warga, dan media informasi yang sulit terlihat.

Saran peneliti terhadap Kopi Setia Jatinangor diharapkan Kopi Setia Jatinangor dapat mempertimbangkan dan menanggapi pendapat dari konsumen khususnya konsumen generasi Z ini secara serius, serta sebaiknya Kopi Setia Jatinangor dapat melibatkan konsumen secara langsung untuk memberikan ulasan mengenai produk maupun pelayanan diberbagai *platform* media sosial maupun secara langsung.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Generasi Z.

ABSTRACT

Kopi Setia Jatinangor is a culinary business enterprise in Jatinangor, Sumedang Regency, West Java. Kopi Setia is one of the famous cafes among teenagers and adults. This cafe was first established in 2022 with a tropical industrial concept. Kopi Setia Jatinangor has a target market, namely students who belong to generation Z and families.

The purpose of this research is to find out how the general description of Kopi Setia Jatinangor, find out how generation Z consumer behavior at Kopi Setia Jatinangor and find out the factors that hinder generation Z consumer behavior at Kopi Setia Jatinangor. The research method used is qualitative with descriptive research type. Data collection through interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques use qualitative data activities that are carried out interactively and take place continuously at each stage of research until completion.

Based on the results of the research that has been conducted, it can be analyzed that the behavior of generation Z consumers at Kopi Setia Jatinangor is measured through AIO (Activity, Interest, Opinion). Activity shows that generation Z consumers at Kopi Setia Jatinangor often come to visit for just doing assignments or just hanging out. Interest shows that they are very interested in aesthetic and interesting places to consume their lifestyle. Opinion shows that they are satisfied with the services provided by Kopi Setia Jatinangor, but there are several things that they think are still unsatisfied, namely, the price offered is pricey, the parking lot is integrated with residents' road access, and information media is difficult to see.

The researcher's suggestion for Kopi Setia Jatinangor it is hoped that Kopi Setia Jatinangor can consider and take the opinions of consumers, especially generation Z consumers, seriously, and Kopi Setia Jatinangor should be able to involve consumers directly to provide reviews about products and services on various social media platforms or directly.

Keywords: *Consumer Behavior, Generation Z.*

ABSTRAK

Kopi Setia Jatinangor nyaéta perusahaan usaha kuliner di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Kopi Setia nyaéta kafe anu kasohor di kalangan rumaja boh dewasa. Kafe ieu mimiti ngadeg taun 2022 kalayan konsép industri tropis. Kopi Setia Jatinangor boga target pasar. nyaéta siswa anu kagolong kana generasi Z jeung kulawarga.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho gambaran umum ngeunaan Kopi Setia Jatinangor, mikanyaho kumaha tingkah laku konsumen generasi Z ka Kopi Setia Jatinangor sarta pikeun mikanyaho faktor-faktor anu ngahalangan paripolahna. Konsumen generasi Z nuju Kopi Setia Jatinangor. Méthode panalungtikan anu digunakeun nya éta kualitatif kalayan jenis panalungtikan déskriptif. Ngumpulkeun data ngaliwatan wawancara, observasi jeung dokumentasi. Téhnik analisis data ngagunakeun kagiatan data kualitatif anu dilaksanakeun sacara interaktif sarta lumangsung sacara kontinyu dina unggal tahapan panalungtikan nepi ka réngsé.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilaksanakeun, bisa dianalisis paripolah konsumen generasi Z di Kopi Setia Jatinangor anu diukur ngaliwatan AIO (Activity, Interest, Opinion) . Kagiatan nunjukeun yen konsumen generasi Z di Kopi Setia Jatinangor. sering datang nganjang ngan saukur ngerjakeun tugas.tugas atawa ngan saukur nongkrong. Minat nunjukeun yen maranehna mikaresep pisan kana tempat-tempat estetika jeung menarik pikeun dikonsumsi pikeun gaya hirupna. Pamadegan nunjukeun yen maranehna sugema ku layanan anu disayogikeun ku Kopi Setia Jatinangor, tapi aya sababaraha hal anu dianggap masih teu sugema, nyaeta, harga anu ditawiskeun mahal, tempat parkir terpadu jeung akses jalan warga, jeung media informasi anu hese ditingali.

Saran panalungtik pikeun Kopi Setia Jatinangor, dipiharep sangkan Kopi Setia Jatinangor sacara serius nimbang-nimbang jeung ngaréspon kana pamadegan konsumen hususna konsumen generasi Z, sarta Kopi Setia Jatinangor kudu bisa ngalibetkeun konsumen sacara langsung pikeun méré ulasan ngeunaan produk jeung jasa dina sagala rupa platform média sosial sarta langsung.

Kecap Konci: Paripolah Konsumen, Generasi Z.