

ABTRAK

Munawwarah Mursalim. 04371711014. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Rempah Brand Pakesang Di Kota Ternate. Dibawah Bimbingan Fatmawati Kaddas Dan Eka Kusuma Dewi

Kopi rempah *brand* Pakesang adalah kopi rempah yang diproduksi oleh Intima Home industry dan merupakan kopi rempah pertama yang diproduksi untuk dikomersialkan di Kota Ternate. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap produk kopi rempah brand Pakesang di Kota Ternate. Penelitian ini dilakukan di dua gerai yang menjual kopi rempah brand Pakesang yaitu swalayan tara no ate dan indomaret di kelurahan Soa Sio, dengan penentuan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengukuran data menggunakan skala likert dan analisis data menggunakan metode uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga dan rasa memiliki pengaruh positif terhadap preferensi konsumen kopi rempah brand pakesang, sedangkan faktor merek dan kemasan memiliki pengaruh negatif terhadap prefrensi konsumen kopi rempah brand Pakesang.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, kopi rempah, *brand* pakesang

ABSTRACT

Munawwarah Mursalim. 04371711014. Analysis Of Consumer Preferences To Pakesang Brand Spice Coffe Products In Ternate City. Superviced By Fatmawati Kaddas And Eka Kusuma Dewi

Pakesang brand of spice coffe is a spiced coffe produced by Intima Home Industry and is the first spice coffe produced to be commercialized in the Ternate City. This study aims to analyse consumer preferences for Pakesang spiced coffe products in Ternate City. This research was conduced at two outlets that sell Pakesang spiced coffe, namely tara no ate and Indomaret supermarket it Soa Sio village, with the determination of the smple using Accidental Sampling. Tha data measurement method use a linier scale, data quality test mhetode, classical assumption test, hypothesis test, and multiple linier regression analyse test. The result showed that price and the taste factors had a positive influence on costumer preferences for Pakesang Spiced coffe, while brand and packaging foctors had a negative influence on costumer preferences for Pakesang spiced coffe.

Key word: Costumer preferences, spiced coffe, brand Pakesang.