

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERAN LINGKUNGAN SOSIAL PADA PERILAKU KONSUMSI KOPI

THE EFFECT OF LIFESTYLE AND THE ROLE OF SOCIAL ENVIRONMENT ON COFFEE CONSUMPTION BEHAVIOR

Elly Rasmikayati¹, Ernah¹, Hepi Hapsari¹, R.A. Sukma Ayu Hanipradja¹, ¹Bobby Rachmat Saefudin²

¹Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

²Fakultas Pertanian, Ma'soem University

ABSTRACT

Consuming coffee has become part of the lifestyle of Indonesian people, and for some people it has even become an important part of daily life. Students tend to like to spend their time drinking coffee in coffee shops, this is because students can enjoy the time and atmosphere of a coffee shop with their friends. Many students who don't like drinking coffee become interested in drinking coffee because they are carried away by the social environment, especially the influence of their friends. Therefore, this research aims to analyze the influence of lifestyle and the role of the social environment on students' coffee consumption behavior. The research method used was a survey method of 113 respondents. The data analysis tools used are crosstab analysis and chi square test. The results of the research show that the influence of the lifestyle of consuming coffee on students is significantly related to the type of product consumed, the average expenditure on coffee shop style coffee products, the amount of consumption of coffee shop style coffee products, and the frequency of consuming coffee shop style. The role of the social environment in students is significantly related to the average expenditure of sachet instant coffee products, the amount of consumption of sachet instant coffee products, the frequency of consuming sachet instant coffee products, the average expenditure of coffee shop style coffee products, the amount of consumption of coffee shop style coffee products, and frequency of consuming coffee shop style.

Keywords: Coffee agribusiness, consumer behavior, correlation.

INTISARI

Mengonsumsi kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, bahkan bagi sebagian orang sudah menjadi bagian penting dalam keseharian. Mahasiswa cenderung gemar menghabiskan waktunya ngopi di *coffee shop*, hal tersebut dikarenakan mahasiswa dapat menikmati waktu dan suasana tempat ngopi bersama rekannya. Banyak mahasiswa yang tidak suka ngopi menjadi suka ngopi karena terbawa oleh lingkungan sosial terutama pengaruh dari lingkungan teman-temannya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan peran lingkungan sosial pada perilaku konsumsi kopi mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei terhadap 113 orang responden. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis crosstab dan *chi square test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh gaya hidup mengonsumsi kopi pada mahasiswa berhubungan signifikan dengan jenis produk yang dikonsumsi, pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop*, jumlah konsumsi produk kopi ala *coffee shop*, dan frekuensi dalam mengonsumsi ala *coffee shop*. Peran lingkungan sosial pada mahasiswa berhubungan signifikan dengan pengeluaran rata-rata produk kopi instan *sachet*, jumlah konsumsi produk kopi instan *sachet*, frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi instan *sachet*, pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop*, jumlah konsumsi produk kopi ala *coffee shop*, dan frekuensi dalam mengonsumsi ala *coffee shop*.

Kata kunci: Agribisnis kopi, perilaku konsumen, korelasi.

¹ E-mail corresponding: bobbyrachmat@masoemuniversity.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal oleh seluruh penjuru dunia karena memiliki banyak macam jenis kopi dan setiap jenisnya memiliki rasa serta keunikan yang tak tertandingi. Hal ini membuat kopi di Indonesia menjadi sumber daya alam yang mempunyai nilai jual untuk dikembangkan karena kekhasannya. Macam-macam produk kopi sudah banyak diperjual belikan, mulai dari bisnis kopi bubuk hingga kopi instan dengan berbagai varian rasa dan kemasan. Kini bisnis minuman kopi instan banyak disajikan oleh *coffee shop* yang sudah menjamur di Indonesia (Vidaksa, 2018).

Minuman kopi merupakan salah satu minuman paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. Tradisi minum kopi, terutama di pagi hari, sudah menjadi hal yang lumrah di kalangan masyarakat sehari-hari. Namun bukan hanya ketika pagi hari saja, melainkan masyarakat memilih mengonsumsi kopi untuk menemaninya di saat siang, sore maupun malam hari. Kini tradisi minum kopi bukan sekadar untuk melepas dahaga, namun juga untuk menemani aktivitas dalam keseharian seperti pertemuan dengan teman, pertemuan bisnis, dan lainnya (Suisa et al., 2014).

Tabel 1. Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021

Tahun	Konsumsi Kopi (Ton)
2016	249.824
2017	276.167
2018	314.365
2019	335.540
2020	353.885
2021	369.886

Sumber: Kementerian Pertanian, 2018

Pertumbuhan konsumsi produk kopi di Indonesia tercatat terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya (Vanessa Isnidayu et al., 2020). Permintaan Kopi yang tinggi mengakibatkan harga kopi menjadi mahal, sehingga hal ini mendorong suksesnya usaha kedai kopi baik yang sederhana hingga

kedai kopi modern (Aslam et al., 2023). Tabel 1 merupakan data berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai sekitar 249 ribu ton dan pada tahun 2017 meningkat sebesar 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia pada periode 2016-2021 diperkirakan meningkat rata-rata 8,22% per tahun. Pada tahun 2021, tingkat konsumsi kopi mencapai 369 ribu ton (Databoks, 2021).

Kecenderungan konsumsi kopi biasanya terjadi pada generasi millennial atau seseorang kelahiran setelah tahun 1995. Menurut Chung Yang dan John L., dilansir dalam *The Daily Targum* menyatakan bahwa generasi millennial paling banyak mengonsumsi kopi guna menemani kesibukan mereka.

Kini di kota-kota besar mengonsumsi kopi telah menjadi tren gaya hidup (Mustinda, 2016). Masalah perubahan gaya hidup pada generasi millennial khususnya mahasiswa biasanya timbul dan menjadi pengaruh yang cukup besar untuk kebiasaan konsumsi pada mahasiswa, dimana mereka mulai untuk berinteraksi dengan lingkungan yang memiliki pengaruh lebih banyak dan mereka juga mulai mengalami pembentukan perilaku. Banyak pengaruh yang didapatkan dalam menentukan pilihan makanan atau minuman yang akan dikonsumsi oleh mahasiswa (Suhada & Asthiningsih, N, W, 2019). Mahasiswa mengonsumsi kopi memiliki pola dan tujuannya masing-masing, tergantung perilaku konsumsi dari masing-masing mahasiswa.

Penelitian ini penting dilakukan karena dalam kehidupan mahasiswa, mengonsumsi kopi secara berkumpul atau disebut *ngopi* merupakan kegiatan yang digemari dan telah menjadi gaya hidup. Mengonsumsi kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, bahkan bagi sebagian orang sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi kopi ini tidak terlepas dari tren di kalangan mahasiswa untuk memberikan stimulasi, menambah energi, dan menghilangkan kantuk saat belajar atau

menjelang ujian. Mahasiswa cenderung lebih gemar menghabiskan waktunya dengan mengonsumsi kopi di *coffee shop*, hal tersebut dikarenakan mahasiswa dapat menikmati waktu dan suasana tempat ngopi bersama rekannya. Tidak jarang, banyak mahasiswa yang sebelumnya belum pernah ngopi menjadi suka ngopi karena terbawa oleh lingkungan sosial terutama pengaruh dari lingkungan teman-temannya yang suka ngopi. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan peran lingkungan sosial pada perilaku konsumsi kopi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Penentuan lokasi pada penelitian ini dilakukan di Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. Tempat penelitian dipilih dengan mempertimbangkan dan melihat dari hasil penelitian terdahulu bahwa kecenderungan mengonsumsi kopi terjadi pada generasi millennial atau seseorang yang berusia 19 - 23 tahun, maka dari itu mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran berpeluang menjadi responden dalam penelitian ini.

Objek penelitian adalah sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ialah perilaku konsumsi kopi mahasiswa, gaya hidup dan peran lingkungan sosial.

Desain dan Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah desain kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkret, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan

buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) (Sugiyono, 2013). Dalam melakukan metode penelitian survei deskriptif penulis dibantu dengan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Variabel Penelitian

Variabel-variabel digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi menurut Sumarwan (2011) terdiri dari serangkaian tindakan, praktik, dan proses berpikir yang mengatur perilaku ini sebelum membeli, saat membeli, dan saat mengonsumsi produk. Dalam penelitian ini variabel perilaku konsumsi meliputi:
 - a. Sebelum Membeli Produk Kopi
 - Sumber informasi adalah badan atau organisasi yang memiliki kemampuan untuk memberikan jasa dokumentasi dan informasi ilmiah mengenai produk kopi.
 - b. Saat Membeli Produk Kopi
 - Tempat pembelian adalah toko berupa bangunan permanen tempat menjual produk kopi.
 - Jenis produk kopi adalah macam produk kopi yang dikonsumsi.
 - Pengeluaran rata-rata adalah kegiatan mengeluarkan uang untuk membeli produk kopi.
 - c. Saat Mengonsumsi Produk Kopi
 - Jumlah konsumsi kopi adalah banyaknya minuman kopi yang dikonsumsi dalam sehari (ml/minggu).
 - Frekuensi konsumsi kopi adalah frekuensi konsumsi kopi yang dinyatakan dalam kali/hari, kali/minggu, dan kali/bulan.
2. Gaya hidup mengonsumsi kopi adalah gambaran bagaimana perilaku seseorang dalam hidupnya dalam memanfaatkan waktu dan uang yang ia miliki, dalam penelitian ini akan diteliti mengenai apakah

mahasiswa mengisi waktunya untuk mengonsumsi kopi.

3. Peran lingkungan sosial adalah teman atau kelompok yang memiliki tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama dan dapat mempengaruhi konsumsi seseorang, dalam penelitian ini akan diteliti apakah teman berperan dalam konsumsi kopi pada mahasiswa.

Penentuan Populasi, Sampel, dan Sampling

Menurut Sugiyono (2013), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar kopi di Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran, sehingga kriteria dari populasi penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk minuman kopi dan merupakan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran Tahun 2018, maka didapatkan populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 249 orang.

Menurut Sugiyono (2013), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Cara untuk menentukan sampel pada penelitian ini mengacu pada teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Jika sampel berukuran n diambil dari populasi berukuran N maka setiap sampel berukuran n memiliki peluang yang sama untuk dipilih, prosedur pengambilan sampel tersebut disebut *simple random sampling* (Scheaffer, *et al.*, 2012).

Cara menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus proporsi populasi dengan diketahui p dan q sebesar 0,5 dan *bound of error* sebesar 0,07 (Sheaffer *et al.*, 2011), sebagai berikut:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = Populasi

p = perkiraan populasi yang akan memilih = 0,5

q = perkiraan populasi tidak akan memilih = $1 - p = 0,5$

D = Galat Penggunaan

B = *Bound of Estimate Error* dimana,

$$D = \frac{B^2}{4}$$

Dalam penentuan ukuran sampel, p dapat diganti dengan nilai perkiraan. Jika p tidak diketahui, maka kita dapat menggunakan $p = 0,5$ ke dalam persamaan (Scheaffer, *et al.*, 2012). Diketahui populasi Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran tahun angkatan 2018 sebesar $N = 249$ orang dan B yang ditetapkan adalah 0,07. Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{249 \times 0,5 \times 0,5}{(249-1) 0,001225 + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{62,25}{0,3038 + 0,25}$$

$$n = \frac{62,25}{0,5538}$$

$$n = 112,405$$

Maka, dengan melakukan pembulatan keatas jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 113 orang.

Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis tabulasi silang dan uji *chi square*. Tabulasi silang merupakan ringkasan tabel data untuk dua variabel. Analisis tabulasi silang merupakan salah satu analisis korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan antar dua variabel atau lebih dengan kategori skala nominal atau ordinal (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini variabel yang akan di analisis dengan tabulasi silang antara perilaku konsumsi kopi mahasiswa

dengan variabel gaya hidup dan peran lingkungan sosial.

Uji *chi-square* merupakan teknik statistik yang pada umumnya digunakan untuk menguji sebuah hipotesis sebuah populasi yang berupa nominal dan sampelnya memiliki skala yang besar (Sugiyono, 2013). Adapun langkah-langkah dalam pengujian Chi-square yaitu:

1. Merumuskan hipotesis H_0 dan H_1

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara variabel

H_1 : Terdapat hubungan antara variabel
Dimana dalam penelitian ini

H_0 : Tidak ada hubungan antara faktor-faktor dengan perilaku konsumsi kopi pada mahasiswa.

H_1 : Ada hubungan antara faktor-faktor dengan perilaku konsumsi kopi pada mahasiswa.

2. Mencari nilai frekuensi harapan
3. Menghitung distribusi Chi-square
4. Menentukan taraf signifikansi α
5. Menentukan kriteria pengujian
Jika $\chi^2 \text{ hitung} \leq \chi^2 \text{ tabel}$, maka H_0 Diterima
Jika $\chi^2 \text{ hitung} > \chi^2 \text{ tabel}$, maka H_0 Ditolak atau
Jika Sig. $\geq 0,05$ maka H_0 Diterima
Jika Sig. $< 0,05$ maka H_0 Ditolak
6. Membandingkan $\chi^2 \text{ hitung}$ dengan $\chi^2 \text{ tabel}$ atau Sig. dengan α
Keputusan H_0 ditolak atau diterima
7. Membuat kesimpulan, ada tidaknya hubungan antar variabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen Kopi

Tabel 2 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya mendapatkan sumber informasi mengenai produk kopi dari dua sumber informasi. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,654 (*p value* $> 0,05$) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan sumber informasi mengenai produk kopi yang didapatkan oleh mahasiswa. Responden yang memiliki kebiasaan mengonsumsi kopi disaat waktu luang tidak

dapat dipastikan mencari tahu informasi mengenai produk kopi melalui banyak sumber. Hasil penelitian menunjukkan responden yang selalu mengonsumsi kopi disaat waktu luang ternyata sumber informasi mengenai produk kopinya masih sedikit.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya melakukan pembelian produk kopi pada 2-3 tempat pembelian. Tempat pembelian kopi yang menjadi pilihan mayoritas responden adalah *coffee shop*. Menurut Ajiwibani dan Edwar (2019), gaya hidup minum kopi ini membuat remaja merasa bahwa apabila mereka tidak membeli kopi di *coffee shop*, mereka akan takut dikatakan tidak gaul, namun hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,307 (*p value* $> 0,05$) yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan tempat pembelian produk kopi yang menjadi pilihan mahasiswa. Responden yang memiliki kebiasaan mengonsumsi kopi disaat waktu luang tidak dapat dipastikan melakukan pembelian produk kopi di beragam tempat.

Tabel 2. Tabulasi Silang dan Hasil Uji Chi Square antara Gaya Hidup Mengonsumsi Kopi dan Perilaku Konsumsi Kopi

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup Mengkonsums i Kopi*			Total
		T	K	S	
Sumber Informasi Produk Kopi:					
- 1 Sumber	n	18	8	1	27
	%	16	7	1	24
- 2 Sumber	n	28	20	1	49
	%	25	18	1	44
- ≥ 3 Sumber	n	25	12	0	37
	%	22	10	0	32
Total	n	71	40	2	113
	%	63	35	2	100
P-Value		0,654			
Tempat Pembelian Produk Kopi:					
- 0 tempat (tidak membeli)	n	5	0	0	5
	%	4	0	0	4
- 1 tempat	n	4	0	0	16
	%	13	3	0	15
- 2-3 tempat	n	12	3	0	72
	%	41	29	2	63

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup Mengkonsumsi i Kopi*			Total	Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup Mengkonsumsi Kopi*			Total	
		T	K	S				T	K	S		
≥ 4 tempat	n	36	25	2	20	Jumlah Konsumsi Produk Kopi Instan Sachet:	- 0 ml (tidak mengonsumsi)	n	18	6	1	25
	%	12	8	0	18			%	16	5	2	23
Total	n	11	7	0	113	- ≤ 750 ml	n	46	27	1	74	
	%	71	40	2	100		%	41	24	2	67	
P-Value		0,307				- > 750 ml	n	7	7	0	14	
Jenis Produk Kopi:					%		6	6	0	12		
< 1 jenis	n	5	0	0	5	Total	n	71	40	2	113	
	%	4	0	0	4		%	63	35	2	100	
- 1 jenis	n	30	8	1	39	P-Value		0,475				
	%	27	7	2	36	Jumlah Konsumsi Produk Kopi Instan Sachet:						
- 2 jenis	n	36	32	1	69	- 0 kali (tidak mengonsumsi)	n	18	6	1	25	
	%	32	28	2	62		%	16	5	1	22	
Total	n	71	40	2	113	- 1–3 kali	n	45	28	1	74	
	%	63	35	2	100		%	40	25	1	66	
P-Value		0,034				- ≥ 4 kali	n	8	6	0	14	
Ket: *T = Tidak mengonsumsi, S = Kadang-kadang, S = Selalu mengonsumsi					%		7	5	0	12		
Sumber: Analisis Data Primer (2022)						Total	n	71	40	2	113	
Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan					%		63	35	2	100		
						P-Value		0,602				

Ket: *T = Tidak mengonsumsi, S = Kadang-kadang, S = Selalu mengonsumsi

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya ternyata tetap memilih berbagai macam produk kopi saat mengonsumsinya yaitu kopi instan *sachet* dan juga kopi ala *coffee shop*. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,034 (*p value* $< 0,05$) maka terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan jenis produk kopi yang dikonsumsi mahasiswa.

Tabel 3. Tabulasi Silang dan Hasil Uji Chi Square antara Gaya Hidup Menkonsumsi Kopi dan Perilaku Konsumsi Kopi Instan Sachet

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup			Total
		Mengonsumsi Kopi*			
		T	K	S	
Pengeluaran Rata-rata Produk Kopi Instan Sachet:					
- Rp 0 (tidak mengonsumsi)	n	18	6	1	25
	%	16	5	2	23
- ≤ Rp10.000	n	37	23	0	60
	%	23	20	0	43
- > Rp10.000	n	16	11	1	28
	%	14	10	2	26
Total	n	71	40	2	113
	%	63	35	2	100
P-Value		0,412			

Ket: *T = Tidak mengonsumsi, S = Kadang-kadang, S = Selalu mengonsumsi

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 3 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, pengeluaran rata-rata untuk produk kopi instan *sachet*nya sebesar kurang dari Rp 10.000. Responden yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya dapat dipastikan uang yang dikeluarkan nya untuk produk kopi dalam jumlah yang kecil, namun hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,412 (*p value* $> 0,05$) yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan pengeluaran rata-rata produk kopi instan *sachet* yang dikeluarkan mahasiswa.

Berdasarkan Tabel 3, mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, mengonsumsi kopi instan *sachet* sebanyak kurang dari 750 ml per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,475 (*p value* $> 0,05$) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan jumlah produk kopi instan *sachet* yang dikonsumsi mahasiswa dalam satu minggu.

Responden yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya dapat dipastikan jumlah konsumsi kopi nya sedikit, namun untuk yang selalu mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya ternyata tidak dapat dipastikan jumlah konsumsi kopinya banyak.

Data pada Tabel 3 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi instan *sachet*nya yaitu 1-3 kali per minggu. Responden yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya dapat dipastikan jarang mengonsumsi kopi, namun hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,602 (*p value* > 0,05) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi instan *sachet* mahasiswa dalam satu minggu.

Tabel 4 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, pengeluaran rata-rata untuk produk kopi ala *coffee shop* sebesar kurang dari Rp 75.000. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,019 (*p value* < 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop* yang dikeluarkan mahasiswa. Responden yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya dapat dipastikan uang yang dikeluarkannya untuk produk kopi pun dalam jumlah yang kecil.

Tabel 4. Tabulasi Silang dan Hasil Uji *Chi Square* antara Gaya Hidup Mengonsumsi Kopi dan Perilaku Konsumsi Kopi ala Coffee Shop

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup Mengonsumsi Kopi*			Total
		Kopi*			
		T	K	S	
		Pengeluaran Rata-rata Produk Kopi ala Coffee Shop:			
- Rp 0 (tidak mengonsumsi)	n	22	2	0	24
	%	19	2	0	21
- ≤ Rp10.000	n	38	31	2	71
	%	34	27	2	63

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Gaya Hidup Mengonsumsi Kopi*			Total
		T	K	S	
- > Rp10.000	n	11	7	0	18
	%	10	6	0	16
Total	n	71	40	2	113
	%	63	35	2	100
P-Value		0,019			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi <i>ala Coffee Shop</i> :					
- 0 ml (tidak mengonsumsi)	n	22	2	0	24
	%	20	2	0	22
- ≤ 750 ml	n	44	32	2	78
	%	39	28	2	69
- > 750 ml	n	5	6	0	11
	%	4	5	0	9
Total	n	71	40	2	113
	%	63	35	2	100
P-Value		0,018			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi <i>ala Coffee Shop</i> :					
- 0 kali (tidak mengonsumsi)	n	22	2	0	24
	%	19	2	0	21
- 1–3 kali	n	47	34	2	83
	%	42	30	2	74
- ≥ 4 kali	n	2	4	0	6
	%	2	3	0	5
Total	n	71	40	2	113
	%	63	35	2	100
P-Value		0,013			

Ket: *T = Tidak mengonsumsi, S = Kadang-kadang, S = Selalu mengonsumsi

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Data pada Tabel 4 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, mengonsumsi kopi ala *coffee shop* sebanyak kurang dari 750 ml per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,018 (*p value* < 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan jumlah produk kopi ala *coffee shop* yang dikonsumsi mahasiswa dalam satu minggu. Responden yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya dapat dipastikan mengonsumsi kopi dengan jumlah yang sedikit. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurul (2019) yang menyatakan bahwa gaya hidup berhubungan

signifikan dengan perilaku konsumsi kopi instan pada mahasiswa.

Data pada Tabel 4 menunjukkan mahasiswa yang tidak mengonsumsi kopi untuk mengisi waktu luangnya, frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi ala *coffee shop*nya yaitu 1-3 kali per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,013 (*p value* < 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi ala *coffee shop* mahasiswa dalam satu minggu. Gaya hidup para remaja saat ini sebagian besar menghabiskan waktu di luar rumah dan memilih *coffee shop* sebagai tujuan untuk hangout bersama teman, mengerjakan tugas bahkan bertemu kolega bisnis. Semakin tinggi tingkat kunjungan ke *coffee shop* maka semakin tinggi juga tingkat frekuensi konsumsinya. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Wijayanti (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup berhubungan dengan konsumsi kopi.

Pengaruh Peran Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumen Kopi

Data pada Tabel 5 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya ternyata sumber informasi mengenai produk kopi yang didapatkan responden masih sedikit. Menurut Santrock (2007), salah satu fungsi terpenting dari teman sebaya adalah sebagai sumber informasi mengenai dunia di luar keluarga, namun hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,730 (*p value* > 0,05) yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan sumber informasi mengenai produk kopi yang didapatkan oleh mahasiswa. Responden yang beranggapan teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya tidak dapat dipastikan mendapatkan banyak informasi mengenai produk kopi. Hasil penelitian menunjukkan responden yang beranggapan lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya ternyata

sumber informasi mengenai produk kopinya masih sedikit.

Tabel 5. Tabulasi Silang dan Hasil Uji *Chi Square* antara Peran Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumsi Kopi

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Peran Lingkungan Sosial*			Total
		T	C	S	
Sumber Informasi Produk Kopi:					
- 1 Sumber	n	7	17	3	27
	%	6	15	2	23
- 2 Sumber	n	17	31	1	49
	%	15	28	1	44
- ≥ 3 Sumber	n	11	24	2	37
	%	10	21	2	33
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,730			
Tempat Pembelian Produk Kopi:					
- 0 tempat (tidak membeli)	n	2	3	0	5
	%	2	3	0	5
- 1 tempat	n	10	5	1	16
	%	9	4	1	14
- 2-3 tempat	n	18	51	3	72
	%	16	45	2	63
- ≥ 4 tempat	n	5	13	2	20
	%	4	12	2	18
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,853			
Jenis Produk Kopi:					
- < 1 jenis	n	2	3	0	5
	%	2	3	0	5
- 1 jenis	n	16	21	2	39
	%	14	19	2	35
- 2 jenis	n	17	48	4	69
	%	15	42	3	60
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,422			

Ket: *T = Tidak berperan, C = Cukup Berperan, S = Sangat berperan

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Data pada Tabel 5 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, melakukan pembelian produk kopi pada 2-3 tempat saja. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value*

sebesar 0,853 ($p\text{ value} > 0,05$) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan tempat pembelian produk kopi yang menjadi pilihan mahasiswa. Maka peran lingkungan sosial tidak dapat menentukan tempat pembelian produk kopi yang menjadi pilihan mahasiswa.

Data pada Tabel 5 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya mengonsumsi kedua jenis produk kopi yaitu kopi instan *sachet* dan juga kopi ala *coffee shop*. Responden yang beranggapan teman cukup berperan maupun sangat berperan dalam kegiatan konsumsi kopinya cenderung mengonsumsi jenis produk kopi yang beragam, namun hasil uji *chi square* diperoleh nilai $p\text{ value}$ sebesar 0,422 ($p\text{ value} > 0,05$) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan jenis produk kopi yang dikonsumsi mahasiswa.

Data pada Tabel 6 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, pengeluaran rata-rata untuk produk kopi instan *sachet* sebesar kurang dari Rp 10.000. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai $p\text{ value}$ sebesar 0,019 ($p\text{ value} > 0,05$) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan pengeluaran rata-rata produk kopi instan *sachet* yang dikeluarkan mahasiswa.

Tabel 6. Tabulasi Silang dan Hasil Uji Chi Square antara Peran Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumsi Kopi Instan Sachet

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Peran Lingkungan Sosial*			Total
		T	C	S	
Pengeluaran Rata-rata Produk Kopi Instan Sachet:					
- Rp 0 (tidak mengonsumsi)	n	10	15	0	25
	%	9	13	0	22
- ≤ Rp10.000	n	18	37	5	60
	%	16	33	4	53
- > Rp10.000	n	7	20	1	28
	%	6	18	1	25
Total	n	35	72	6	113

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Peran Lingkungan Sosial*			Total
		T	C	S	
		%	31	64	
P-Value		0,019			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi Instan <i>Sachet</i> :					
- 0 ml (tidak mengonsumsi)	n	10	15	0	25
	%	9	13	0	22
- ≤ 750 ml	n	24	44	6	74
	%	21	39	5	65
- > 750 ml	n	1	13	0	14
	%	1	12	0	13
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,013			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi Instan <i>Sachet</i> :					
- 0 kali (tidak mengonsumsi)	n	10	15	0	25
	%	9	13	0	22
- 1–3 kali	n	24	44	6	74
	%	21	39	5	65
- ≥ 4 kali	n	1	13	0	14
	%	1	12	0	13
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,013			

Ket: *T = Tidak berperan, C = Cukup Berperan, S = Sangat berperan

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Data pada Tabel 6 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, mengonsumsi kopi instan *sachet* sebanyak kurang dari 750 ml per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai $p\text{ value}$ sebesar 0,013 ($p\text{ value} > 0,05$) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan jumlah produk kopi instan *sachet* yang dikonsumsi mahasiswa dalam satu minggu. Peran teman termasuk ke dalam faktor lingkungan sosial, maka hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sigit (2016) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor sosial dengan perilaku konsumen dalam mengonsumsi kopi.

Data pada Tabel 6 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, frekuensi

dalam mengonsumsi kopi instan *sachet*nya yaitu 1-3 kali per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,013 (*p value* > 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi instan *sachet* mahasiswa dalam satu minggu. Menurut Anwari (2018), ajakan teman untuk mengonsumsi kopi menjadi penyebab mahasiswa untuk ikut melakukan konsumsi kopi. Maka dapat disimpulkan bahwa peran lingkungan sosial dapat menentukan frekuensi konsumsi kopi pada mahasiswa.

Data pada Tabel 7 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, pengeluaran rata-rata untuk produk kopi ala *coffee shop* sebesar kurang dari Rp 75.000. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,027 (*p value* > 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop* yang dikeluarkan mahasiswa.

Data pada Tabel 7 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, mengonsumsi kopi ala *coffee shop* sebanyak kurang dari 750 ml per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,039 (*p value* > 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan jumlah produk kopi ala *coffee shop* yang dikonsumsi mahasiswa dalam satu minggu. Hasil penelitian Anwari (2018), menyatakan bahwa mahasiswa yang mengonsumsi kopi di kafe dipengaruhi oleh beberapa sebab, salah satunya yaitu ajakan teman. Maka dapat disimpulkan peran lingkungan sosial dapat menentukan jumlah konsumsi kopi pada mahasiswa. Hal ini tidak selaras dengan pernyataan Imtihani dan Noer (2013), yang menyatakan bahwa responden tidak dipengaruhi oleh teman sebaya karena tanpa pengaruh atau ajakan dari teman, responden sudah memiliki keinginan dan

ketertarikan sendiri terhadap mengonsumsi suatu produk.

Data pada Tabel 7 menunjukkan mahasiswa yang beranggapan bahwa lingkungan sosial terutama teman cukup berperan dalam konsumsi kopinya, frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi ala *coffee shop*nya yaitu 1-3 kali per minggu. Hasil uji *chi square* diperoleh nilai *p value* sebesar 0,014 (*p value* > 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara peran lingkungan sosial dengan frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi ala *coffee shop* mahasiswa dalam satu minggu. Hasil penelitian Anwari (2018), menyatakan bahwa mengonsumsi kopi bukan hanya untuk sekadar meminum kopi saja, tapi juga memenuhi kebutuhan yang lain, yaitu untuk tetap menjalin hubungan dengan teman-temannya.

Tabel 7. Tabulasi Silang dan Hasil Uji Chi Square antara Peran Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumsi Kopi ala Coffee Shop

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Peran Lingkungan Sosial*			Total
		T	C	S	
Pengeluaran Rata-rata Produk Kopi <i>ala Coffee Shop</i> :					
- Rp 0 (tidak mengonsumsi)	n	10	12	2	24
	%	9	11	2	22
- ≤ Rp10.000	n	19	49	3	71
	%	17	43	2	62
- > Rp10.000	n	6	11	1	18
	%	5	10	1	16
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,027			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi <i>ala Coffee Shop</i> :					
- 0 ml (tidak mengonsumsi)	n	10	12	2	24
	%	9	11	2	22
- ≤ 750 ml	n	21	53	4	78
	%	19	47	3	69
- > 750 ml	n	4	7	0	11
	%	3	6	0	9
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,039			
Jumlah Konsumsi Produk Kopi <i>ala Coffee Shop</i> :					

Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa		Peran Lingkungan Sosial*			Total
		T	C	S	
- 0 kali (tidak mengonsumsi)	n	10	12	2	24
	%	9	11	2	22
- 1–3 kali	n	22	57	4	83
	%	19	40	3	62
- ≥ 4 kali	n	3	3	0	6
	%	3	3	0	6
Total	n	35	72	6	113
	%	31	64	5	100
P-Value		0,014			

Ket: *T = Tidak berperan, C = Cukup Berperan, S = Sangat berperan

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, terdapat peran lingkungan sosial responden yang sering dilakukan diantaranya yaitu sering mengajak untuk mengopi bersama (63%), sering mengonsumsi kopi ketika sedang bersama responden (61%), dan menyarankan mengonsumsi kopi pada responden (17%).

KESIMPULAN

Pengaruh gaya hidup mengonsumsi kopi pada mahasiswa berhubungan signifikan dengan jenis produk yang dikonsumsi, pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop*, jumlah konsumsi produk kopi ala *coffee shop*, dan frekuensi dalam mengonsumsi ala *coffee shop*.

Peran lingkungan sosial pada mahasiswa berhubungan signifikan dengan pengeluaran rata-rata produk kopi instan *sachet*, jumlah konsumsi produk kopi instan *sachet*, frekuensi dalam mengonsumsi produk kopi instan *sachet*, pengeluaran rata-rata produk kopi ala *coffee shop*, jumlah konsumsi produk kopi ala *coffee shop*, dan frekuensi dalam mengonsumsi ala *coffee shop*.

DAFTAR PUSTAKA

Ajiwibani, M. P., & Edwar, M. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen

D'Goda Coffee Pazkul Sidoarjo). *Unesa*, 1.

Anwari, S. R. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi Di Kalangan Mahasiswa Di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–14.

Aslam, I. B., Mubarakah, M., & Roidah, I. S. (2023). Segmentasi Pasar Konsumen Kopi di Kafe Kopi Sae Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3), 3183–3190.

Databoks. (2021). 2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton | Databoks.

Elang, S., & Vidaksa, P. (n.d.). *Chill Corner Coffee and Roaster (Perencanaan Pendirian Usaha Coffee Shop)*.

Imtihani, T. R., & Noer, E. R. (2013). Hubungan Pengetahuan, Uang Saku, Dan Peer Group Dengan Frekuensi Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Putri. *Journal of Nutrition College*, 2(1), 162–169.

<https://doi.org/10.14710/jnc.v2i1.2112>

Mustinda. (2016). *Generasi Millennial Terbukti Lebih Banyak Minum Kopi Dibandingkan Generasi Sebelumnya*.

NURUL, K. (2019). HUBUNGAN GAYA HIDUP DAN PERSEPSI RISIKO DENGAN PERILAKU KONSUMSI KOPI INSTAN PADA MAHASISWA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ANDALAS.

Santrock, J. W. (2007). *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi 11*. Erlangga.

Scheaffer, R. L., III, W. M., Ott, R. L., & Gerow, K. (2012). *Elementary Survey Sampling* (M. Julet (ed.); SEVENTH ED). Richard Stratton.

Sheaffer, R. L., III, W. M., Ott, R. L., & Gerow, K. (2011). *Elementary Survey Sampling* (7th ed.). Cengage Learning.

Sigit, N. (2016). *Hubungan Faktor-Faktor Sosial Ekonomi dengan Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Kopi di Kota Medan*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*

- Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*
- Suhada, R., & Asthiningsih, N, W, W. (2019). Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda. *Borneo Student Research*, 1(3), 38–45.
- Suisa, K., Febrilia, V., & Santoso, T. (2014). GAYA HIDUP MINUM KOPI KONSUMEN DI THE COFFEE BEAN & TEA LEAF PLASA TUNJUNGAN SURABAYA. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(2).
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia, Jakarta*, 1–2.
<https://doi.org/10.1007/BF01013984>
- Vanessa Isnidayu, A., Cahyo Sukartiko, A., & Ainuri, M. (2020). CONSUMER PERCEPTION ON SENSORY ATTRIBUTES OF SELECTED LOCAL INDONESIAN COFFEE. *Malays. Appl. Biol*, 49(3), 53–59.
- WIJAYANTI, S. (2021). *HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP FREKUENSI KONSUMSI KOPI DI COFFEE SHOP.*