**ABSTRAK**

Madeleine Lyman/ 75150010/2019/Preferensi Konsumen dalam Pemilihan *Coffee Shop* di Jakarta Utara/Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Pertumbuhan gerai-gerai kopi modern ini melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah. Indonesia merupakan pasar besar untuk bisnis ini sebab kelas menengah terus tumbuh dan Indonesia mempunyai penduduk yang sangat banyak. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa coffee shop hanya tren semata, Nyatanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia juga terus mendorong pertumbuhan industri *coffee shop*.

Untuk memahami masalah lebih dalam, peneliti harus memahami prilaku konsumen yang terdiri dari karakteristik konsumen, persepsi dan preferensi konsumen dengan baik serta proses pengambilan keputusan konsumen. Untuk memahami suatu produk *coffee shop*, diperlukan pemahaman yang benar mengenai produk dan atribut produk.

Variabel yang digunakan adalah lokasi, fasilitas, tujuan, dan produk. Dengan menggunakan teknik *sampling non-probability,* dan teknik komunikasi dalam pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan metode analisis konjoin.

Hasil yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah persentase karakteristik responden dan jawaban mayoritas yang diperoleh dari responden mengenai proses keputusan pembelian melalui analisis deskriptif, dan preferensi kombinasi atribut berupa hasil perhitungan nilai kegunaan atribut, tingkat kepentingan atribut, nilai utilitas masing masing taraf, dan analisis tingkat kepentingan artibut melalui analisis konjoin.

Sehingga dapat di ambil kesimpulan berupa informasi mengenai preferensi konsumen terhadap *coffe shop* yang memiliki berbagai atribut dan levelnya secara keseluruhan dalam bentuk rating dan saran kepada pembaca dalam merancang *coffee shop* dalam menghadapai fakta-fakta bisnis coffee shop dan agar kombinasi atribut disukai konsumen Jakarta Utara.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian