

**PERBANDINGAN KREATIVITAS KEDAI KOPI KOMITMEN
KEDAI DAILY KOPI, DAN SUDUT KOPI DALAM
MENARIK KONSUMEN BARU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NURUL FITRIA BAHRI

17 0403 0026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

**PERBANDINGAN KREATIVITAS KEDAI KOPI KOMITMEN
KEDAI DAILY KOPI, DAN SUDUT KOPI DALAM
MENARIK KONSUMEN BARU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NURUL FITRIA BAHRI

17 0403 0026

Pembimbing:

Arsyad L, S.Si., M.Si

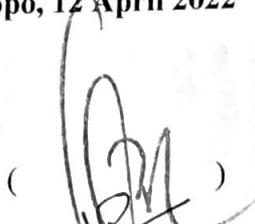
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Perbandingan Kreativitas Kedai Kopi Komitmen, Kedai Daily Kopi, dan Kedai Sudut Kopi dalam Menarik Konsumen Baru yang ditulis oleh Nurul Fitria Bahri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0026, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, 27 Desember 2021 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 23 Jumadil Awal 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 12 April 2022

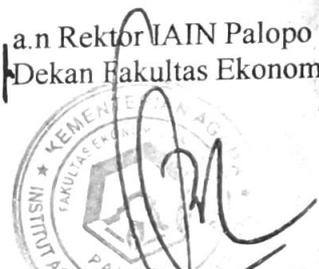
TIM PENGUJI

- | | | |
|----------------------------|--------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E., M.El. | Penguji I | () |
| 3. Nurfadilah, S.E., M.Ak | Penguji II | () |
| 4. Arsyad L, S.Si., M.Si | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 19610208 199403 2 001


Muzzayanah Jabani, S.T., M.M.
NIP 197504042005012003

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NURUL FITRIA BAHRI
NIM : 1704030026
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian Pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 November 2021
Yang membuat pernyataan,

Nurul Fitria Bahri
NIM. 1704020026

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NURUL FITRIA BAHRI
NIM : 1704030026
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian Pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 November 2021

Yang membuat pernyataan,



Nurul Fitria Bahri
NIM. 1704020026

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa kita haturkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kita kekuatan, kemampuan dan kesempatan beserta banyak nikmatnya yang lain, sehingga kita dapat menyelesaikan berbagai urusan kita didunia, terkhusus terhadap penyelesaian karya ilmiah berupa tugas akhir saya sebagai seorang mahasiswa.

Sholawat dan salam kita curahkan kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW, Nabi terakhir yang ditunjuk oleh Allah SWT sebagai nabi yang membawa Risalah untuk semua umat manusia dan diwahyukan kitab yang menjadi pedoman dalam menjalan kehidupan didunia untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Mahasiswa dalam menyelesaikan pendidikan studi dalam suatu perguruan tinggi akan membuat sebuah tugas ilmiah yaitu skripsi, yang disusun sesuai dengan pedoman yang diberikan oleh kampus. Tugas skripsi ini dibuat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dalam penulisan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa bimbingan, dorongan atau semangat yang diberikan kepada saya. Terkhusus kepada orang tua saya, bapak saya Saiful Bahri dan ibu saya Ecce, S.An, yang menjadi penyemangat utama dalam menyelesaikan skripsi ini. Adapun pihak-pihak lain yang juga membantu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I Dr. H. Muammar Arafat Yusmad,S.H.,M.H, Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M serta Wakil Rektor III Dr. Muhaemin,M.A.
2. Ibu Dr. Hj. Ramlah M., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan I, II, dan III fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Ibu Dr.Muzayyanah Jabani,ST.,MM selaku ketua Prodi Studi Manajemen Bisnis Islam IAIN Palopo, Bapak Nurdin Batjo, S.Pt.,M.M selaku sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo, beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Arsyad L, S.Si., M.Si.selaku pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan,masukan,arahan serta motivasikepada penulis.
5. Dr. Adzan Noor Bakri, SE,Sy.,MA selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan-arahan akademik kepada penulis.
6. Para Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Bisnis Islam IAIN Palopo, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas, semoga Allah swt, membalasnya dengan kebaikan yang banyak.
7. Madehang,S.Ag.,M.Pd selaku Kepala Unit Perpustakaan, beserta karyawan Perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan pelayanannya dengan baik selama peneliti menjalani studi.
8. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya, terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
9. Owner Kedai Kopi Komitmen, Owner Daily kopi, dan Owner Sudut Kopi yang telah bersedia untuk di jadikan objek penelitian usaha dan bisnisnya.

10. Kepada orang tuaku terkhususnya ibundaku Ecce yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, dan mendo'akan dengan penuh kasih sayang yang senantiasa memberikan semangat juang untuk putrinya sehingga penulisan skripsi ini berjalan sesuai yang diharapkan.
11. Teman-teman mahasiswa angkatan 2017, terkhusus teman-teman sekelas Saya yaitu kelas Manajemen Bisnis Syariah A, atas perjuangannya bersama-sama menempuh jenjang pendidikan dibangku kuliah.
12. Dan pihak-pihak lain yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu.

Semoga kita semua senantiasa dalam perlindungan Allah SWT, senantiasa diberi kesehatan, dan aktivitas-aktivitas kita berada dalam kebaikan dan diberi kemudahan dalam melaksanakan serta bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Palopo, 17 November 2021

Penulis

Nurul Fitria Bahri
NIM. 1704020026

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Esdengantikdiatas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Hadengantikdibawah
خ	Kha	Kh	Ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zetdengantikdiatas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es danye
ص	Šad	Š	Esdengantikdibawah
ض	Đađ	Đ	Dedengantikdibawah
ط	Ṭa	Ṭ	Tedengantikdibawah
ظ	Ža	Ž	Zetdengantikdibawah
ع	'Ain	'	Komaterbalikdiatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (◌).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atau vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

TandaVokal	Nama	Latin	Keterangan
ا	<i>Fathah</i>	A	<i>Ā</i>
ا	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>
ا	<i>Ḍammah</i>	U	<i>Ū</i>

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf. Transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
او	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
 هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ا... ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
ا... و	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. *Tā Marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua, yaitu: *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudahal-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnahal-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*, dalam literasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عُدُو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (*سِي*), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *si*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)
عَرَبِيٌّ : Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*Alif lam Ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *as-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)
الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-

Qur'an(dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-katatersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

Syarhal-Arba'īnal-Nawāwī
RisālahfiRi'āyahal-Maslaha

9. Lafz *al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *billāh* دِينُ اللَّهِ *dīnullāh*

Adapunta'*marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal- jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*AllCaps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku menggunakan huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP,CDK,dan DR).

Contoh:

Wamaa MuhammadunillaRasul

Innaawwalabaitinwudi'alinnasilallazi biBakkatamubarakan

SyahruRamadanal-lazii unzilafihial-Qur'an

Nasiral-Dinal-Tusi

NasrHamidAbu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahahfial-Tasyrial-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anakdari) dan Abu (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi : Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan:Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu) Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

SWT	=SubhanahuWaTa'ala
SAW	=Sallallahu'AlaihiWasallam
AS	=AlaihiAl-Salam
H	=Hijriah
M	=Masehi
SM	=SebelumMasehi
QS .../...:4	=QS. al-Baqarah/2: 4 atau QS. AliImran/3:4
HR	=Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Landaran Teori	10
C. Kerangka Pikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Skala Pengukuran Instrumen.....	29
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
A. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian	39
B. Hasil Penelitian Dan Karakteristik Responden	48
C. Hasil Analisis Data.....	51
D. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Ar-Ra'd ayat 11	6
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validasi.....	32
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas Pada Kedai Kopi Komitmen.....	33
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Pada Daily Coffe	34
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Pada Kedai Sudut Kopi.....	35
Tabel 4.1	Daftar Menu Kedai Kopi Komitmen.....	43
Tabel 4.2	Daftar Menu Kedai Daily Kopi.....	44
Tabel 4.3	Daftar Menu Kedai Sudut Coffe.....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan usia	49
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.7	Hasil uji validitas kedai kopi komitmen,daily coffe, sudut kopi	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Kedai Kopi Komitmen.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Kedai Daily Kopi.....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Kedai Sudut Kopi	55
Tabel 4.11	Uji Normalitas	56
Tabel 4.12	Uji Kruskal Wallis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Non Parametric Tests.....	58
Gambar 4.2	Independent-Samples Kruskal Wallis Test	59
Gambar 4.3	Categorical Field Information	59
Gambar 4.4	Countinous Field Information	60
Gambar 4.3	Pairwise Comparisons Of Nama_Kedai	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Observasi
- Lampiran 2 Kuesioner penelitian
- Lampiran 3 Hasil kuesioner penelitian
- Lampiran 4 Surat izin meneliti
- Lampiran 5 Hasil Turnitin
- Lampiran 6 Daftar riwayat hidup

ABSTRAK

Nurul Fitria Bahri , 2021. “*Perbandingan Kreativitas Kedai Kopi Komitmen, Kedai Daily Kopi, Dan Sudut Kopi Dalam Menarik Konsumen Baru*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Arsyad L.

Skripsi ini membahas tentang Perbandingan Kreativitas Kedai Kopi Komitmen, Kedai Daily Kopi, dan Kedai Sudut Kopi dalam Menarik Konsumen Baru. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui tingkat kreatifitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan kedai sudut kopi dalam menarik konsumen baru, untuk mengetahui perbedaan kreatifitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan kedai sudut kopi dalam menarik konsumen baru. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif karena penelitian ini bersifat membandingkan. Pengambilan jumlah sampel masing-masing kedai 50 sampel dengan menggunakan metode pemilihan sampel adalah sampling incidental yang artinya secara kebetulan Adapun Teknik Pengumpulan Data adalah angket atau kuesioner dengan menggunakan data-data pertanyaan yang diisi dari para konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji kruskal wallis yang dimana merupakan alternatif uji nonparametrik dari analisis varian satu jalur (*one-way ANOVA*) yang tujuannya untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik diantara dua atau lebih kelompok variabel bebas pada variabel terikat yang berskala data numeric (interval/rasio) dan skala ordinal. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kedai daily kopi memiliki tingkat kreativitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan Kedai Kopi Komitmen dan Kedai Sudut Kopi dengan pembuktian pengukuran tingkat kreatifitas kedai kopi komitmen 81.52%, kedai Daily Kopi 83%, Kedai Sudut Kopi 80%. Serta dalam pembuktian perbandingan kreatifitas terdapat Adanya perbedaan kreativitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru, yang di lihat dari hasil uji kruskal wallis bahwa berdasarkan hasil output “Test Statistics”, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, disimpulkan ada perbedaan kreatifitas antara Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, dan Sudut Kopi.

Kata Kunci : Kreativitas, Penelitian Komparatif, *Kruskal Wallis*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di era globalisasi sekarang ini sedang mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini ditandai dengan iklim usaha yang kondusif dalam suatu negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang dan memiliki penduduk cukup besar serta bersifat konsumtif. Selain itu, Indonesia merupakan negara dengan pasar potensial bagi pemasaran berbagai jenis produk. Semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia mengakibatkan peningkatan kebutuhan akan konsumsi makanan yang harus di sediakan, makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, maka pemenuhan akan kebutuhan makanan tersebut bersifat mutlak bagi manusia untuk keberlangsungan hidupnya.

Jika dilihat dari pertumbuhan kuliner, Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ketahun. Industri kuliner saat ini tumbuh sangat subur. Ada beberapa hal yang mengindikasikan hal tersebut, salah satunya terlihat dari pola konsumsi yang mulai bergeser ke makanan dan minuman siap saji.¹ Realita era globalisasi dunia saat ini semakin ketatnya akan persaingan bisnis. Hal ini berdampak pada negara-negara yang sedang berkembang, khususnya Indonesia. Kondisi sektor ekonomi Indonesia saat ini, tidak diimbangi dengan terbukanya lowongan pekerjaan sehingga menyebabkan tingkat pengangguran.² Oleh karena itu, hadirnya persaingan industri kuliner yang semakin berkembang pesat saat ini dapat membuka

¹ Yanti Pranata, *Bisnis Kuliner di Indonesia*, (Artikel terkait dari BPS, 2012), 1.

² Noormalita Primandaru. *Jurnal Economia* "Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa", 2017.

lapangan pekerjaan, salah satunya adalah industri café atau kedai kopi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), café atau kedai adalah “tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue di kedai kopi”. Café dan restoran merupakan usaha jasa makanan dan minuman hal ini seperti dijelaskan pada UU nomor 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa “usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, cafe, jasa boga, dan bar/kedaiminum”³.

Munculnya kedai kopi selalu dianggap sebagai penanda perubahan sosial budaya di daerah urban yang dipicu oleh peningkatan pendapatan penduduk. Budaya kopi bergema bagi orang Indonesia di daerah perkotaan bukan karena tren terbaru dari luar negeri, tetapi karena perubahan generasi dan tumbuhnya apresiasi, khususnya di kalangan generasi muda sehingga mendorong peningkatan kualitas dan kreatifitas. Potensi pengembangan kopi yang luar biasa kini didorong sebagai gaya hidup. Kopi yang tadinya hanya sekedar komoditas mulai merubah paradigma masyarakat di Indonesia. Kopi Indonesia memiliki kualitas yang cukup baik dan memiliki peningkatan dalam jumlah konsumsi. Kolaborasi bisnis kopi dengan berbagai disiplin ilmu seperti desain kriya untuk alat seduh kopi, desain komunikasi visual dan marketing sebagai media promosi, IT, serta desain interior merupakan bentuk inovasi dari usaha kreatif.

Dengan mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen dapat membantu pemilik usaha kuliner membangun strategi

³Sopian, Anggi Maulana, *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung)*. Diss. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2017.

promosi yang kreatif dengan berfokus pada psikografis dari konsumen. Dengan kreatifitas, orang Indonesia berusaha berinovasi dalam penyajian kopi berkualitas sehingga harga kopi lebih merakyat dan memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas. Ruang untuk menjual kopi tidak lagi membutuhkan anggaran yang besar karena kebutuhan konsumen akan kopi mulai tidak berimbang dengan keinginan mereka menghabiskan waktu berlama-lama sambil menikmati kopi di lokasi.⁴

Persaingan bisnis kuliner di kota Palopo saat ini terbilang sangat ketat, salah satu bisnis yang paling banyak diminati adalah bisnis kedai kopi. Hal ini dikarenakan banyaknya konsumen café yang datang utamanya dikalangan mahasiswa. Kebanyakan mahasiswa saat ini menghabiskan waktunya nongkrong di café atau kedai kopi untuk menyelesaikan tugas atau melakukan hal lainnya, sehingga dari peristiwa inilah dapat menjadi peluang bisnis yang baik untuk memperoleh keuntungan.

Perkembangan café atau kedai ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang. Melihat kondisi tersebut, menyebabkan pengelola café atau kedai semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Memenangkan persaingan tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan. Perusahaan dituntut untuk mempertimbangkan pelanggan sebagai salah satu faktor terpenting karena

⁴ Made Vairagya Yogantari, I Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta "kajian pengaruh copywriting kreatif terhadap identitas brand kedai kopi takeaway di Denpasar" Prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali Vol. 3 No 1 - Mei 2021.

dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin fokus terhadap kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Maka dapat dikatakan bahwa kreativitas sangat dibutuhkan oleh organisasi dan perusahaan sebagai ujung tombak kehidupannya.

Kopi di Indonesia sendiri memiliki kualitas kopi yang bagus. Kenikmatan kopi Indonesia membuat negara ini menduduki posisi ketiga pemasok kopi terbesar dunia tahun 2017, setelah Brasil dan Vietnam. Daerah penghasil kopi berkualitas unggul tersebar dari Aceh hingga Papua. Penikmat kopi hampir tidak memandang usia lagi, mulai dari remaja, dewasa sampai manula. Prospek bisnis *Coffee Shop* di Indonesia sendiri tampaknya kian hari kian berkembang. Kehadiran *Coffee Shop* menjadi tujuan utama anak muda untuk kumpul dengan teman-teman ataupun mengerjakan tugas. *Coffee Shop* tidak hanya menawarkan kopi saja, tetapi ada makanan ringan dan pilihan minuman lainnya selain kopi. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, cara yang ditempuh adalah dengan melakukan strategi komunikasi pemasaran⁵.

Banyaknya bermunculan café atau kedai di Indonesia pada umumnya dan kota Palopo pada khususnya membuat para pengelola café atau kedai berlomba- lomba untuk menarik minat pembeli untuk datang dan membeli produk yang mereka tawarkan. Sebanyak 30 pelaku usaha kedai kopi se-Kota Palopo dilatih dalam mengembangkan usaha yang mereka geluti agar makin maju dan berkembang. Pengembangan bisnis Kopi di Kota Palopo memang sangat potensial dapat terlihat jelas dengan bertebarannya usaha kedai kopi di Kota Palopo, saat ini telah terdapat sebanyak 71 kedai kopi serta 20 sentra kopi

⁵Muhammad I. Adiakurnia, “Daerah Penghasil Kopi di Indonesia Favorit Warga Dunia” <https://travel.kompas.com/read/2017/11/20/180500427/daerah-penghasil-kopi-diindonesia-favorit-warga-dunia> (diakses pada 20 November 2017, 18.05 WIB)

di kota Palopo, jumlah ini membutuhkan ratusan kilo kopi per hari sehingga dengan demikian keberadaan kedai dan usaha pengolahan kopi tersebut memberikan dampak dan kontribusi positif di Kota Palopo. Dengan maraknya keberadaan kedai kopi di Kota Palopo juga akan memicu peningkatan permintaan terhadap komoditas kopi. Pelaku usaha kedai kopi juga harus terus meningkatkan *skill* mereka dalam penyajian kopi sehingga dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan animo masyarakat dalam menikmati kopi⁶.

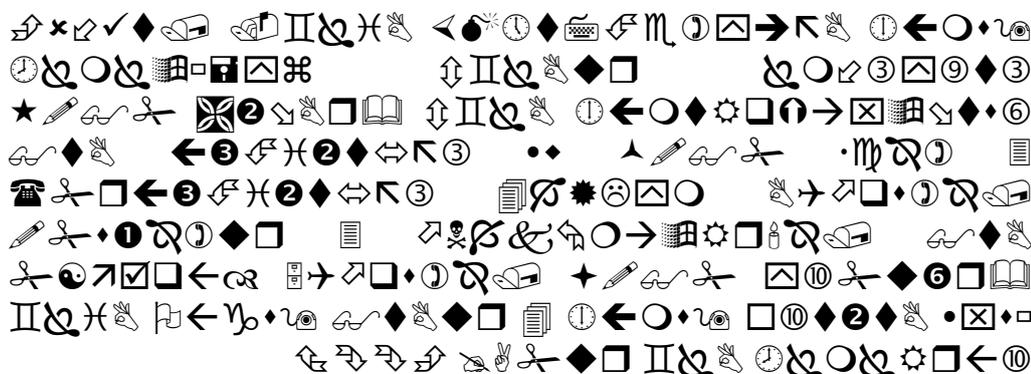
Saat ini kesuksesan dalam menjalankan bisnis kedai kopi ternyata tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan para peracik kopi atau barista dalam menyuguhkan kopi kepada konsumennya, tetapi juga dipengaruhi seberapa matang konsep yang ia pilih ketika mengkhususkan diri dalam membidik komunitas-komunitas tertentu yang ada di sekitar kedai bisnisnya, salah satunya dalam bidang menyalurkan kreativitas individu mereka pada usaha kedai kopi. Kreativitas juga merupakan bagian yang penting, pokok, serta tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Karena berfikir dan bersikap secara kreatif menjadikan seseorang mampu melihat berbagai kemungkinan dalam pemecahan masalah, serta menjadi kunci dalam peningkatan kualitas dan taraf hidupnya. Pada umumnya kreativitas diartikan sebatas sebagai daya cipta atau kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru.

Penjualan kopi di Kota Palopo saat ini lumayan berkembang pesat, banyak kedai kopi bermunculan karena gaya hidup masyarakatnya dan cita rasa kopi yang mulai di minati oleh semua kalangan masyarakat Kota Palopo. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya usaha *Coffee Shop* di Kota Palopo, maka para pelaku usaha *Coffee Shop* perlu lebih meningkatkan lagi kreativitas

⁶ <https://palopokota.go.id/post/palopo-menuju-sentra-bisnis-kopi>

dan inovasi dari *Coffee Shop* yang mereka miliki untuk meningkatkan minat beli penikmat kopi. Pada akhirnya, kreativitas dan inovasi merupakan sumber yang penting dalam mengubah ide-ide menjadi realitas, dengan berusaha menjadi lebih kreatif, sadar terhadap ide-ide yang lebih produktif. Kreatif merupakan proses pemikiran yang membantu dalam mencetuskan gagasan, sedangkan inovasi adalah penerapan praktis dari gagasan⁷.

Sesuai dengan firman Allah swt.dalam Alquran surah ar-Ra'd ayat 11 dijelaskan bahwa:



Terjemahannya:

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah.Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya manusia adalah makhluk yang memiliki tabiat, potensi dan arah yang kompleks⁹. Ayat ini mendorong manusia untuk selalu mengembangkan kemampuan dasar dengan berpikir kreatif dan inovatif.Salah satu elemen penting yang berkontribusi untuk mendorong kreativitas dan inovasi adalah berpikir kritis. Dalam berbagai situasi, seseorang yang kreatif memiliki pikiran yang kritis.

⁷ A.Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 114.

⁸Al-Quran, 13:11

⁹ Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilail Qur'an* (Jakarta: Gema Insani, 2008), 282.

Juga dalam prinsip dasar ekonomi yang terdapat dalam Alquran bersifat universal, dalam arti, semua masyarakat muslim harus mengikuti aturan tersebut dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Ketika membicarakan ekonomi, Islam hanya membahas masalah bagaimana cara memperoleh kekayaan, masalah mengelola kekayaan yang dilakukan oleh manusia serta cara mendistribusikan kekayaan di tengah-tengah mereka. Atas dasar inilah, maka hukum-hukum yang menyangkut masalah ekonomi dibangun di atas tiga kaidah, yaitu kepemilikan (*property*), pengelolaan kepemilikan, dan distribusi kekayaan di tengah-tengah manusia.¹⁰

Tingginya tingkat persaingan usaha Kedai Kopi yang ada di Kota Palopo yang semakin ketat mengancam para pelaku usaha untuk terus berusaha mengikuti perubahan dan perkembangan pasar yang menuntut berbagai inovasi baik perkembangan produk atau menciptakan produk baru.

Berangkat dari gagasan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Perbandingan Kreativitas Kedai Kopi Komitmen, Kedai Daily Kopi, dan Sudut Kopi dalam Menarik Konsumen Baru”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keefektifan sebuah kreativitas yang diterapkan pada kedai kopi di kota Palopo dalam menarik konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana tingkat kreatifitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru.

¹⁰ Abdullah, Muh Ruslan, et al. "Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam". Sahar, Syahriani. *Strategi Ikatan Pelajar Nadhatul Ulama Dalam Penanggulangan Kenakalan Remaja di Kota Parepare. Diss. IAIN Parepare* (2018).

2. Apakah ada perbedaan kreativitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kreatifitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan sudut kopi dalam menarik konsumenbaru.
2. Untuk mengetahui perbedaan kreativitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan berarti untuk memperluas wacana sekaligus melengkapi referensi kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan salah satu kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang telah penulis dapatkan selama ini, khususnya manajemen bisnis yang berkaitan dengan kreativitas dalam meningkatkan usaha-usaha yang akan dijalani.
3. Bagi kedai kopi yang diteliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan kepada kedai kopi dalam mengembangkan usahanya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kreativitas dalam berusaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran dengan judul “*Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor*” penelitian ini membahas cara menentukan strategi pemasaran berdasarkan perilaku konsumen di kedua kedai kopi tersebut (*Belike Coffee dan Balad Coffee Works*)¹¹. Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan sampel sebanyak 50 orang pada *Belike Coffee* dan 60 orang pada *Balad Coffee Works*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen yang datang rata-rata adalah laki- laki berstatus mahasiswa.
2. Heni Widyaningsih 2017, Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua. Hasil penelitian ini membuktikan pekerjaan orang tua yang berwirausaha lebih berpengaruh terhadap kreativitas dan minat berwirausaha mahasiswa dari pada pekerjaan orang tua yang bukan wirausaha, karena korelasi antara kreativitas mahasiswa dengan minat

¹¹Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati “*Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor*”, (Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran, 2017).

berwirausaha ditinjau dari orang tua yang berwirausaha lebih besar.¹²

3. Rika Devi Kurniasari dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*”, hasil penelitian ini menyatakan bahwa inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.¹³ Adapun persamaan dalam penelitian yang peneliti lakukan sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan kreativitas dalam usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

B. Kajian Teori

1. Kreativitas

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu yang baru.¹⁴ Kreativitas juga menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan-gagasan yang baru untuk mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat.¹⁵ Dengan demikian, kreativitas

¹² Heni Widyarningsih. “Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua”, 2017.

¹³ Rika Devi Kurniasari dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).

¹⁴ Santi Riana Dewi, Andari, Martina Rahmawati Masitoh “*peran pelatihan dan workshop bagi peningkatan motivasi, inovasi dan kreativitas pada umkm kerajinan tangan dari manik-manik*” (skripsi Program Studi Manajemen Universitas Serang Raya 2019-07-23).

¹⁵ Deden A. Wahab Sya’roni, Janivita J. Sudirham, “*Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*”, (Pascasarjana UNIKOM), 4.

dipandang sebagai sesuatu untuk mengembangkan ide-ide yang baru dalam melihat masalah dan peluang.

Adapun kreativitas menurut para ahli seperti, Hendro menyimpulkan bahwa kreatifitas itu merupakan kemampuan mengelola, memberdayakan, dan menggunakan pengetahuan apapun yang anda miliki, informasi, pengalaman, dan keterampilan lainnya untuk mengatasi kesulitan. Menurut Suryana kreativitas merupakan kehadiran sebuah gagasan baru, atau sederhananya berpikir sesuatu yang baru. Sedangkan Lambing dan Kuehl sampai pada kesimpulan bahwa salah satu faktor kesuksesan seorang wirausaha adalah kreativitas dan kemampuannya melihat peluang.¹⁶

Hasil penelitian Hoffmanet *al.*, mengatakan bahwa kreativitas itu terkait dengan karakteristik kepribadian dan proses pembelajaran yang berkesinambungan dengan pembuatan keputusan pada rancangan pekerjaan. Menurut peneliti adanya saling hubungan kreativitas yang lebih baik dalam rancangan proses kerja yang terjadi secara berbeda dalam proses rancangan keputusan individu tergantung pada kompleksitas dan hakikat rancangan pekerjaan itu sendiri¹⁷. Kreativitas dipandang sebagai faktor bawaan yang hanya dimiliki oleh individu tertentu. Dalam perkembangan selanjutnya, ditemukan bahwa kreativitas tidak dapat berkembang secara otomatis tetapi membutuhkan rangsangan dari lingkungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas adalah usia, tingkat pendidikan orang tua, fasilitas yang tersedia, dan penggunaan waktu luang.

¹⁶ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007).

¹⁷ Meithiana Indrasari, “Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan”, (Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2017), 18.

Kreativitas adalah melihat hal-hal yang juga dilihat orang lain di sekitar kita, tetapi membuat keterkaitan-keterkaitan yang tak terpikir oleh orang lain. Orang yang kreatif membawa makna atau tujuan baru dalam suatu tugas, menemukan penggunaan baru, menyelesaikan masalah, atau memberikan nilai tambah atau keindahan. Memecahkan masalah dan kreativitas merupakan hasil dari kecerdasan tingkat tinggi. Kemampuan tersebut akan terbentuk ketika seseorang memiliki basis konsep dan prinsip yang diperlukan. Kreativitas telah ditentukan dalam beberapa cara. Setiap orang kreatif, namun hanya sedikit yang mampu menghasilkan sesuatu yang berbeda. Untuk menentukan kreativitas seseorang, sangat jelas bahwa kecerdasan dan kreativitas tidak identik, walaupun banyak orang pintar yang juga kreatif. Menurut Wycof (2005) orang yang kreatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Keberanian Orang yang kreatif berani menghadapi tantangan baru dan bersedia menghadapi kegagalan, Ekspresif Orang kreatif tidak takut menyatakan pemikiran dan perasaannya, Humor Humor berkaitan erat dengan kreativitas. Jika kita menggabungkan hal-hal sedemikian rupa sehingga menjadi berbeda, tak terduga dan tidak lazim, berarti kita bermain dengan humor, Intuisi Orang kreatif menerima intuisi sebagai aspek wajar dalam kepribadiannya.¹⁸

Kreativitas juga merupakan suatu bidang kajian yang kompleks, yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Perbedaan definisi kreativitas yang dikemukakan oleh banyak ahli merupakan definisi yang saling melengkapi. Sudut pandang para ahli terhadap kreativitas menjadi dasar perbedaan dari definisi kreativitas. Kreativitas dapat didefinisikan kedalam

¹⁸ Heni Widyarningsih. "Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua", 2017.

empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu dimensi *Person*, *Process*, *Press* dan *Product* sebagai berikut¹⁹:

- a. Definisi kreativitas dalam dimensi *Person*. Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif, yaitu *creativity refers to the abilities that are characteristics of creative people*.
- b. Kreativitas dalam dimensi *Process*. Definisi pada dimensi proses upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. Munandar menjelaskan *creativity is a process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*, yaitu kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci), suatu gagasan. Pada definisi ini lebih menekankan pada aspek proses perubahan (inovasi dan variasi).
- c. Kreativitas dalam dimensi *Press*. Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor *press* atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis. Definisi Simpson merujuk pada aspek dorongan internal dengan rumusnya adalah: *the initiative that onemanifests by his power to break away from the usual sequence of thought*, bahwa mengenai “*press*” dari lingkungan, ada lingkungan yang menghargai imajinasi dan fantasi, dan menekankan kreativitas serta inovasi.

¹⁹ Meithiana Indrasari, “Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan...”, 19-20.

- d. Kreativitas dalam dimensi *Product*. Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif, yang menurut Baron yaitu, *creativity is the ability to bring something new into existence*.

2. Ruang lingkup kreativitas

Menurut Cony Semiawan, kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Kreativitas juga diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide dengan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Kreativitas dapat juga diartikan kemampuan untuk melihat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan baru antara unsur data dan variable yang sudah ada sebelumnya, dan kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melihat sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang ada sebelumnya. Para ahli membuat empat variasi hubungan kreativitas dengan intelegensi yaitu Kreativitas rendah intelegensi rendah, kreativitas tinggi intelegensi tinggi, kreativitas rendah intelegensi tinggi, dan kreativitas tinggi intelegensi rendah.²⁰

- a. Ide Sebuah pemikiran kreatif yang mengakibatkan seseorang untuk menghasilkan suatu ide. Ide di sini haruslah unik dan belum pernah terpikirkan sebelumnya. Ide adalah suatu pemikiran yang menciptakan solusi untuk mengatasi masalah yang ada di masyarakat.
- b. Produk Produk merupakan salah satu bentuk kreativitas. Hal ini karena untuk menciptakan suatu produk, diperlukan suatu proses kreatif

²⁰ Rani Restiyani Widjaja, Widi Winarso "*bisnis kreatif dan inovasi*", 5.

sehingga produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen dan terlihat berbeda dari yang lain.

- c. Gagasan Kreativitas juga dapat dituangkan dalam sebuah gagasan. Gagasan yang dimaksud merupakan gagasan untuk mengatasi masalah. Gagasan dapat disampaikan secara langsung maupun tulisan seperti melalui buku, publikasi, dan lain-lain.

3. Bentuk-bentuk Kreativitas

Dalam kehidupan manusia, ada banyak bentuk-bentuk kreativitas dapat dituangkan dalam beberapa hal. Berikut ini adalah bentuk-bentuk kreativitas.

- a. Ide Pemikiran yang kreatif dapat mengantarkan seseorang untuk menghasilkan suatu ide. Ide di sini haruslah unik dan belum pernah terpikirkan sebelumnya. Ide adalah suatu pemikiran yang menciptakan solusi untuk mengatasi masalah yang ada di masyarakat.
- b. Produk Produk merupakan salah satu bentuk kreativitas pula. Hal ini karena untuk menciptakan suatu produk, diperlukan suatu proses kreatif sehingga produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Produk di sini dapat berupa barang maupun jasa.
- c. Gagasan Kreativitas juga dapat dituangkan dalam wujud gagasan. Gagasan yang dimaksud merupakan gagasan untuk mengatasi masalah. Gagasan dapat disampaikan secara langsung maupun tulisan seperti melalui buku, publikasi, dan lain-lain.

4. Ciri-ciri Kreativitas

Berikutnya uraikan bagaimana ciri-ciri orang yang kreatif itu. Menurut David Cambell ciri-ciri kreativitas ada tiga kategori:

- a. Ciri-ciri pokok: kunci untuk melahirkan ide, gagasan, ilham, pemecahan, cara baru, penemuan.
- b. Ciri-ciri yang memungkinkan: yang membuat mampu mempertahankan ide-ide kreatif, sekali sudah ditemukan tetap hidup.
- c. Ciri-ciri sampingan: tidak langsung berhubungan dengan penciptaan atau menjaga agar ide-ide yang sudah ditemukan tetap hidup, tetapi kerap memengaruhi perilaku orang-orang kreatif.

Adapun ciri-ciri kreatif di antaranya sebagai berikut:

- a. Sensitif terhadap masalah
- b. Mampu menghasilkan sejumlah ide besar
- c. Fleksibel
- d. Keaslian
- e. Mau mendengarkan perasaan
- f. Keterbukaan pada gejala bawah sadar
- g. Mempunyai motivasi
- h. Bebas dari rasa takut gagal
- i. Mampu berkonsentrasi
- j. Mempunyai kemampuan memilih.²¹

5. Proses Kreativitas

Kreativitas dalam perkembangannya sangat terkait dengan empat aspek, yaitu:

- a. Aspek Pribadi Ditinjau dari aspek pribadi, kreativitas muncul dari interaksi pribadi yang unik dengan lingkungannya.
- b. Aspek Pendorong Ditinjau dari aspek pendorong kreativitas dalam

²¹ Evita P. Purnamasari, *Kumpulan Ide Bisnis Mulai 200 Ribuan Ide-Ide Bisnis yang inspiratif dengan Modal Seuprit*, (Yogyakarta: Kobis, 2015), 36.

perwujudannya memerlukan dorongan internal maupun eksternal dari lingkungan.

- c. Aspek Proses Ditinjau sebagai proses, menurut Torrance (1988) kreativitas adalah proses merasakan dan mengamati adanya masalah, membuat dugaan tentang kekurangan (masalah) ini, menilai, dan menguji dugaan atau hipotesis, kemudian mengubah dan mengujinya lagi, dan akhirnya menyampaikannya hasil-hasilnya.
- d. Aspek Produk Definisi produk kreativitas menekankan bahwa apa yang dihasilkan dari proses kreativitas adalah sesuatu yang baru, orisinal, dan bermakna.

6. Fungsi Kreativitas

Adapun fungsi kreativitas dalam proses inovatif merupakan hal penting. Kreativitas adalah pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem. Ada dua aspek penting dalam kreativitas: Pertama, proses yang berorientasi pada tujuan, yang didesain untuk mencapai solusi suatu problem. Kedua adalah manusia yang merupakan sumber daya yang menentukan solusi. Proses tetap sama, namun pendekatan yang digunakan dapat bervariasi. Misalnya, pada suatu problem mereka mengadaptasikan suatu solusi, tetapi pada kesempatan yang lain mereka menerapkan solusi inovatif²².

Menurut Nasution, pengetahuan tentang kreativitas ditunjukkan dengan 4P, yaitu orang kreatif (*creative person*), proses yang kreatif (*creative process*), produk yang kreatif (*creative product*), dan lingkungan yang kreatif

²² Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 4-5.

(*creative place*), penjelasannya sebagai berikut:²³

- a. Orang yang kreatif (*creative person*), cara berpikir *divergen* adalah penting dalam berlaku kreatif, artinya terdapat suatu fleksibilitas dalam memodifikasi informasi dan kemudian memungkinkan individu untuk meninggalkan pola pikir tradisional ke pola pikir lateral. Ada 3 faktor untuk kelancaran menghasilkan gagasan baru, yaitu: a. Fleksibilitas merupakan kemampuan meninggalkan pola pikir tradisional dan menggunakan perspektif baru. b. Keaslian yakni menemukan solusi baru dan tidak biasa. c. Elaborasi merupakan kemampuan memperbaiki dan menemukan gagasan baru sebagai kelanjutan dari gagasan yang sudah ada.
- b. Proses yang kreatif (*creative process*), proses kreatif terjadi pada dua tingkat. Pertama, proses yang terjadi dalam kepala orang tersebut, dan tingkat kedua adalah proses kreatif pada kelompok individu. Dalam tahap individu, proses kreatif mencakup 4 tahapan: a. Persiapan Individu berusaha mendapatkan gambaran yang jelas dari permasalahan. b. Inkubasi ditandai oleh pengambilan jarak individu bersangkutan dengan permasalahan. c. Iluminasi mulai dibangun konsep, ada hubungan ke solusi potensial. d. Verifikasi yakni kelayakan solusi diperiksa lagi baik teknis maupun pemasaran.
- c. Produk yang kreatif (*creative product*), ada 5 atribut untuk produk yang kreatif, yaitu keaslian (tingkat kebaruan produk), kemungkinan bisa direalisasikan, tingkat transformasi suatu produk, dan tingkat konsentari (jumlah konsep yang diperlukan dalam menghasilkan produk tersebut). Kelayakan produk menyangkut aspek kualitas ide (sejauh mana produk memenuhi persyaratan yang diinginkan), dan sifat mampu manufaktur.

²³Nasution *et.al*, *Membangun Spirit Entrepreneur Muda Indonesia*, (Jakarta: Elex Media Komputindo).

- d. Lingkungan kreatif (*creative place*), berbagai kondisi yang mendukung cara berpikir kreatif juga secara positif mempengaruhi tingkat inovasi.

7. Pentingnya Kreativitas dalam Kehidupan, yakni:

- a. Adanya kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru berupa kreatif. Dengan kreatifnya seseorang dapat melakukan pendekatan secara bervariasi dan memiliki bermacam-macam kemungkinan penyelesaian terhadap suatu persoalan. Dari potensi kreatifnya, seseorang dapat menunjukkan hasil perbuatan, kinerja/karya, baik dalam bentuk barang maupun gagasan secara bermakna dan berkualitas.
- b. Tingkat kualitas dari kinerja, karya, gagasan, dan perbuatan manusia dapat diantisipasi dari sejauh mana seseorang memiliki tingkat kreativitas tertentu.
- c. Suatu karya kreatif sebagai hasil kreativitas seseorang dapat menimbulkan kepuasan pribadi yang tak terhingga nilainya. Kreativitas penting untuk mengembangkan semua bakat dan kemampuan individu dalam pengembangan prestasi hidupnya.
- d. Dengan kreativitas tinggi yang dimiliki seseorang maka seseorang tersebut akan mempunyai pengembangan diri secara optimal. Mereka dapat mempergunakan ide-idenya untuk menciptakan kreasi baru demi kelangsungan hidup.
- e. Kreativitas penting untuk dipahami untuk dipahami bagi para pendidik (guru) terutama dalam kaitannya dalam tugas dan tanggung jawabnya sebagai pendidik dan pengajar dalam membimbing dan “mengantarkan” anak didik kepada pertumbuhan dan perkembangan prestasinya secara optimal.

8. Minat Beli Konsumen

Perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen itu: (1) Proses pengambilan keputusan, dan (2) Kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.

Perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) juga dapat didefinisikan sebagai tindakan konsumen yang digunakan untuk mencari, memutuskan, menggunakan, mengevaluasi dan membuang produk dan jasa dalam rangka memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Titik tolak untuk memahami perilaku pembeli adalah model rangsangan-tanggapan (*Stimulus-respon model*). Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk kepada kesadaran pembeli. Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi pada kesadaran pembeli sejak masuknya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian.

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu.

Stanton memberikan tahapan proses dalam pengambilan keputusan untuk membeli adalah:

a. Pengenalan Masalah

Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal dari pembeli.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah akan mencari informasi. Secara umum, konsumen mendapatkan informasi tentang suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi pemasar. Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui tentang merek-merek yang bersaing dan keistimewaan mereka. Jadi perusahaan harus mempersiapkan komunikasi yang efektif dengan pasar sasaran.

c. Evaluasi Alternatif

Konsumen memproses informasi merek yang kompetitif dan membuat penilaian akhir.

d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Kemudian konsumen membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai.

e. Perilaku Pascabeli

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, pemakaian dan pembuangan

pasca pembelian.²⁴

Adanya merek dan rasa yang unik atau berbeda merupakan salah satu bentuk rangsangan pemasaran. Merek dan rasa sebagaimana diketahui mempunyai peran penting di dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian akan mencari informasi yang tepat berkaitan dengan produk atau jasa yang akan digunakan. Biasanya karena memiliki keterbatasan waktu dan informasi, konsumen akan mendasarkan keputusannya pada merek dan rasa yang sudah terbukti kualitas maupun citranya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemunculan merek serta rasa yang unik ataupun beda sangat dibutuhkan dalam upaya mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian.

Dari penjelasan di atas bahwa bisnis kedai kopi sendiri merupakan bagian dari penyediaan makan dan air minum serta bagian dari industri kreatif subsektor kuliner. Jumlah tenaga kerja industri kreatif sendiri mencapai angka 8.6 Juta dari 7% usaha yang bergerak dalam industri kreatif di Indonesia. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia pada tahun 2014 adalah Rp. 784,82 Triliun dan meningkat sekitar 8,5% satu tahun setelahnya. Subsektor kuliner tercatat berkontribusi sebesar 41,69% lalu diikuti dengan fashion 18,15% dan kriya sebesar 15,70% (BEKRAF,2017). Salah satu hal yang menyebabkan berkembangnya kedai kopi di Indonesia ialah kopi buatan Indonesia yang sudah terkenal di mancanegara. Sebut saja seperti kopi luwak, kopi aceh gayo, kopi toraja, kopi mandailing dan lainnya. Jadi hampir di setiap kedai kopi pasti menyajikan kopi buatan Indonesia.

Ketika memulai usaha kedai kopi, permodalan merupakan suatu hal yang penting. Seperti dalam pengertian fungsi produksi yang mengasumsikan bahwa

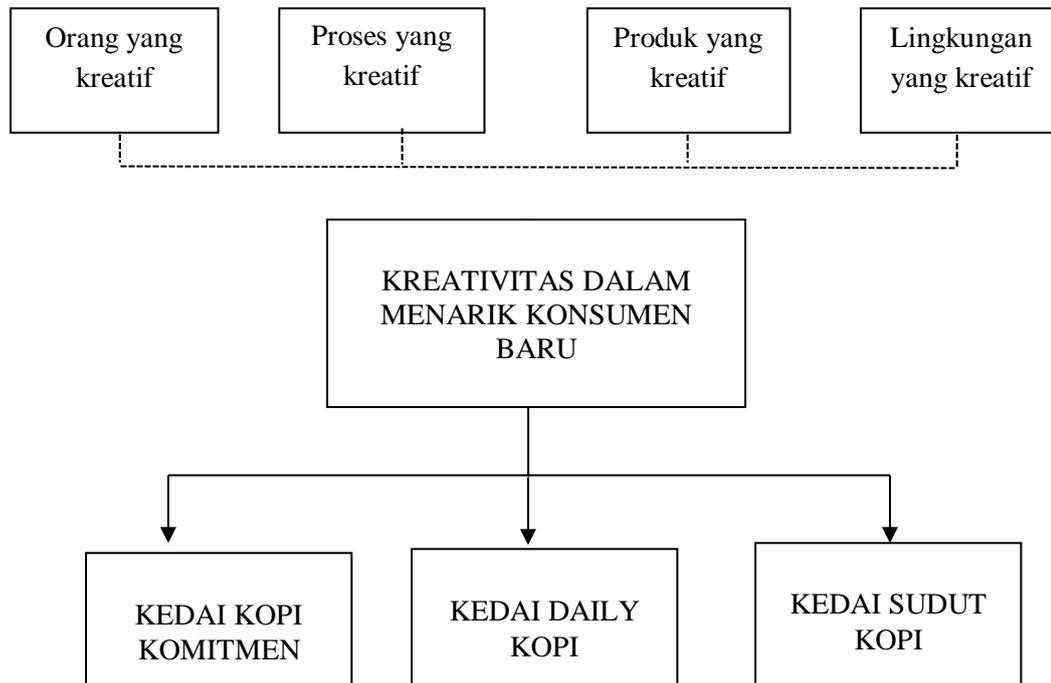
²⁴ Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 1.2 (2016).

produksi perusahaan hanya bergantung pada dua input yaitu modal (kapital) dan tenaga kerja (labour) dengan demikian kita bisa merumuskan fungsi produksi dalam bentuk: $Q = f(K,L)$ (Nicholson,2002). Selain itu, setiap usaha pasti membutuhkan operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk maka akan menaikkan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu ditambahkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan (Swastha, 2008). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa modal memiliki pengaruh terhadap pendapatan suatu usaha.

Selain modal, faktor lain yang mempengaruhi suatu pendapatan ialah pendidikan. Teori human capital sendiri menyatakan bahwa seseorang dapat meningkatkan pendapatannya dengan melalui peningkatan pendidikan. Karena pendidikan tidak saja menambah pengetahuan akan tetapi meningkatkan keterampilan bekerja. Pendidikan dipandang sebagai investasi yang hasilnya akan diperoleh beberapa tahun kemudian dalam bentuk pertambahan hasil kerja. Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan ialah tenaga kerja. Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu agar bisa mencapai hasil yang optimal. Faktor keempat yang mempengaruhi besarnya pendapatan ialah lama usaha, walaupun belum ada teori yang mengatakan secara rinci bahwa lama usaha dapat menaikkan pendapatan, tetapi ketika suatu usaha sudah berjalan lama maka pengalaman seorang pengusaha pasti akan lebih dibanding usaha yang baru berjalan.²⁵

²⁵ Se, Deiraldiandrino, "Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 6.2 (2018).

C. Kerangka Pikir



Berdasarkan skema kerangka pikir diatas, dapat diketahui bahwa kreatifitas sebagai variabel bebasnya (independent) yang memiliki empat indikator yaitu orang yang kreatif, proses yang kreatif, produk yang kreatif, dan lingkungan yang kreatif berpengaruh terhadap menentukan perbandingan dari kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan kedai sudut kopi dalam menarik konsumen baru sebagai variabel terikat (dependent).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁶ Berdasarkan latar belakang,

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 9.

rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : tidak ada perbedaan kreativitas antara kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru

H_1 : ada perbedaan kreativitas antara kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu di perhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut S. Margono penelitian kuantitatif adalah suatu proses menumbuhkan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.²⁷

Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif karena penelitian ini bersifat membandingkan. Penelitian komparatif digunakan untuk membandingkan persamaan serta perbedaan beberapa fakta dan sifat subjek penelitian berdasarkan kerangka pemikiran. Jadi, penelitian komparatif merupakan suatu jenis penelitian yang dilaksanakan untuk membandingkan antara beberapa kelompok terhadap suatu variabel tertentu. Menurut Silalahi Ulber (2005) penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Penelitian komparatif dapat berupa komparatif deskriptif (*descriptive comparative*) maupun komparatif korelasional (*correlation comparative*). Komparatif deskriptif membandingkan variabel yang sama untuk sampel yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti ingin membandingkan kreativitas antara kedai kopi

²⁷ S. Margono, “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 105.

komitmen, kedai daily kopi, dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru dengan melakukan penelitian komparatif, penelitian dilakukan secara alamiah dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.²⁸ Berdasarkan pada objek penelitian yaitu konsumen pada kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan sudut kopi, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari ketiga kedai kopi tersebut.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁹ Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Dalam pengambilan sampel juga harus memperhatikan metode analisis yang digunakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 sampel dari ketiga kedai kopi yang akan peneliti lakukan. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental* yaitu teknik kemampuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³⁰ Adapun sampel dari penelitian ini

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 115.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 81.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 96.

diambil dari populasi yang ada, maka selanjutnya disebut sebagai responden.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di tiga lokasi Kedai Kopi di Kota Palopo, yaitu Kedai Kopi Komitmen berlokasi di Jl.KH.Ahmad Razak, lorong 2, Kedai Daily Kopi berlokasi di Jln. Andi Kambo, No. 86, Wara Timur, dan Sudut Kopi berlokasi di Jl. Kartini, No. 48, Batupasi, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penyusunan proposal ini dimulai sejak bulan Juli 2021.

D. Defenisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Adapun yang menjadi defenisi operasional dan ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu:

1. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk mempergunakan imajinasinya dan melahirkan ide atau gagasan, untuk menciptakan sesuatu yang baru serta bermakna. Menurut Zhimmerer Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Indikator kreativitas diantaranya adalah keaslian pada tingkat kebaruan produk kemungkinan dapat direalisasikan, tingkat transformasi suatu produk, kelayakan yang menyangkut aspek kualitas dan ide produk.
2. Konsumen adalah setiap orang sebagai pelaku pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau kuesioner

Menurut Sugiyono, angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab³¹. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti berupa angket yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang akan diteliti tentang hal-hal yang diketahui. Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan ke setiap kedai sebanyak 50 orang untuk dijadikan responden.

2. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Penelitian ini tergolong dalam observasi partisipan dengan melakukan pengamatan secara langsung dan tidak langsung. Menurut Sugiyono observasi partisipan adalah peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian³². Tujuan dari observasi adalah untuk mendiskripsikan *setting*, kegiatan yang terjadi, orang yang terlibat di dalam kegiatan, waktu kegiatan dan makna yang diberikan oleh para pelaku yang diamati tentang peristiwa yang bersangkutan.

F. Skala Pengukuran Instrumen

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala satu-lima titik dengan panduan sebagai berikut:

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 31.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*..., 33.

Sangat tidak setuju	= 1
Tidak Setuju	= 2
Netral	= 3
Setuju	= 4
Sangat Setuju	= 5

Respon terkait sejumlah poin yang menekankan konsep atau variabel tertentu dapat dianalisis per poin, namun juga memungkinkan untuk menghitung total atau penjumlahan nilai untuk setiap responden dengan menjumlahkan antara poin. Pendekatan penjumlahan umum digunakan, sehingga skala likert disebut juga dengan skala penjumlahan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan analisis data yang meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan penghitungan untuk mendeskripsikan data. Analisis data yang dimaksud adalah analisis untuk melakukan pengujian hipotesis dan rumusan masalah yang telah diajukan dengan menggunakan uji statistik.

Berikut beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian, antara lain:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid jika alat itu mengukur apa yang harus di ukur alat itu³³. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat

³³ Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 74.

mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan bahwa validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel³⁴. Ketentuan validitas instrumen apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen dikatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini diperoleh dari tabel statistik $n=50$, $\alpha = 0,05$, diperoleh nilai r tabel 0,279.

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

Dalam penelitian ini, setelah kuesioner sebagai alat ukur atau alat pengumpul data selesai disusun, belum berarti kuesioner tersebut dapat langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Sebelum dilaksanakan penelitian yang sebenarnya terhadap total 50 sampel data penelitian di setiap kedai, terlebih dahulu dilakukan uji coba "try out" di lapangan terhadap 10 responden setiap kedai untuk mendapatkan kuesioner yang valid dan reliabel. Dalam uji coba ini peneliti menggunakan *software SPSS*. Untuk menguji validitas digunakan uji korelasional *product moment* dari *Pearson Correlation*, dengan cara mengkorelasikan setiap butir instrumen dengan jumlah total skor

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 144.

jawaban responden dari seluruh butir instrumen. Nilai r *product moment* ini lalu dikonsultasikan dengan nilai r *product moment* kritis pada tabel statistik dengan $n = 10$; degree of freedom (df) = $n-2$; $\alpha = 0,05$. Nilai r tabel diperoleh 0,632. Dengan demikian jika suatu pertanyaan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* \geq dari 0,632 berarti butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Setelah peneliti mengumpulkan total 30 kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas
Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, Sudut Kopi

Variabel	Item	r-hitung			r-tabel	Keterangan
		Kopi Komitmen	Daily coffee	Sudut Kopi		
Kreativitas (X)	1	0,796	0,679	0,843	0,632	Valid
	2	0,942	0,820	0,710	0,632	Valid
	3	0,796	0,738	0,725	0,632	Valid
	4	0,930	0,750	0,949	0,632	Valid
	5	0,942	0,750	0,678	0,632	Valid
	6	0,942	0,750	0,678	0,632	Valid
	7	0,942	0,843	0,775	0,632	Valid
	8	0,942	0,783	0,839	0,632	Valid
	9	0,942	0,668	0,696	0,632	Valid
	10	0,930	0,668	0,839	0,632	Valid
	11	0,930	0,668	0,949	0,632	Valid
	12	0,930	0,914	0,914	0,632	Valid
	13	0,930	0,809	0,659	0,632	Valid
	14	0,930	0,738	0,632	0,632	Valid
	15	0,930	0,943	0,710	0,632	Valid
	16	0,942	0,943	0,727	0,632	Valid

	17	0,942	0,750	0,727	0,632	Valid
	18	0,930	0,943	0,871	0,632	Valid
	19	0,930	0,943	0,663	0,632	Valid
	20	0,693	0,750	0,696	0,632	Valid
Menarik Konsumen (Y)	21	0,989	0,968	0,884	0,632	Valid
	22	0,989	0,968	0,744	0,632	Valid
	23	0,989	0,902	0,941	0,632	Valid
	24	0,989	0,902	0,799	0,632	Valid
	25	0,852	0,968	0,940	0,632	Valid

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* > dari 0,632.

Sedangkan uji reliabilitas trial kuesioner dalam penelitian ini menggunakan uji statistic *Cronbach's Alpha* yang merupakan koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa positif hubungan pernyataan yang digunakan dalam instrument pengukuran. suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikannilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas pada Kedai Kopi Komitmen

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	80.90	62.767	.771	.989
item_2	81.00	62.000	.935	.987
item_3	80.90	62.767	.771	.989
item_4	81.10	62.989	.923	.988
item_5	81.00	62.000	.935	.987

item_6	81.00	62.000	.935	.987
item_7	81.00	62.000	.935	.987
item_8	81.00	62.000	.935	.987
item_9	81.00	62.000	.935	.987
item_10	81.10	62.989	.923	.988
item_11	81.10	62.989	.923	.988
item_12	81.10	62.989	.923	.988
item_13	81.10	62.989	.923	.988
item_14	81.10	62.989	.923	.988
item_15	81.10	62.989	.923	.988
item_16	81.00	62.000	.935	.987
item_17	81.00	62.000	.935	.987
item_18	81.10	62.989	.923	.988
item_19	81.10	62.989	.923	.988
item_20	81.00	64.000	.661	.990
item_21	16.90	8.322	.840	.844
item_22	17.10	8.989	.667	.874
item_23	17.50	4.722	.854	.860
item_24	17.00	8.667	.731	.862
item_25	17.10	6.100	.887	.801

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas pada Daily Kopi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	76.90	50.767	.635	.969
item_2	76.80	48.844	.789	.967
item_3	76.80	51.733	.711	.968
item_4	76.90	52.767	.730	.968
item_5	76.90	52.767	.730	.968
item_6	76.80	48.622	.816	.967

item_7	76.90	49.878	.751	.967
item_8	77.20	52.178	.635	.968
item_9	77.20	52.178	.635	.968
item_10	77.20	52.178	.635	.968
item_11	76.90	48.767	.900	.965
item_12	76.90	49.656	.781	.967
item_13	76.80	51.733	.711	.968
item_14	77.00	49.778	.935	.965
item_15	77.00	49.778	.935	.965
item_16	77.00	49.778	.935	.965
item_17	76.90	52.767	.730	.968
item_18	77.00	49.778	.935	.965
item_19	77.00	49.778	.935	.965
item_20	76.90	52.767	.730	.968
Item_21	16.90	2.767	.982	.964
Item_22	16.90	2.767	.982	.964
Item_23	16.90	2.767	.982	.964
Item_24	16.90	2.767	.982	.964
Item_25	16.80	2.844	.764	1.000

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas pada Kedai Sudut Kopi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	68.70	34.678	.794	.896
item_2	68.40	49.600	-.745	.931
item_3	68.30	40.011	.687	.900
item_4	68.50	38.056	.940	.893
item_5	68.40	40.044	.632	.901
item_6	68.40	40.044	.632	.901
item_7	68.40	39.378	.741	.898

item_8	68.60	38.933	.814	.896
item_9	68.50	39.833	.651	.900
item_10	68.40	38.933	.814	.896
item_11	68.50	38.056	.940	.893
item_12	68.20	44.400	-.024	.914
item_13	68.20	39.289	.600	.902
item_14	68.50	40.278	.581	.902
item_15	68.40	39.822	.668	.900
item_16	68.50	39.611	.687	.900
item_17	68.50	39.611	.687	.900
item_18	68.40	38.711	.851	.896
item_19	68.20	43.733	.096	.912
item_20	68.00	43.111	.102	.916
Item_21	16.90	2.767	.982	.964
Item_22	16.90	2.767	.982	.964
Item_23	16.90	2.767	.982	.964
Item_24	16.90	2.767	.982	.964
Item_25	16.80	2.844	.764	1.000

Dari tabel 3.2, 3.3, 3.4 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,632. Dengan begitu kuesioner yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, selanjutnya dapat digunakan untuk melakukan penelitian kepada 50 responden di setiap kedai Kopi Komitmen, kedai Daily Kopi dan kedai Sudut Kopi

2. Pengukuran Tingkat Kreatifitas

Tingkat kreativitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$TK = \frac{JTR}{JM} \times 100\%$$

Keterangan :

TK = Tingkat Kreativitas

JTR = Jumlah Tingkat Responden

JM = Jumlah Maksimum

3. Uji Normalitas Data

Adapun tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Apabila data tersebut berdistribusi normal, maka dapat digunakan untuk uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tersebut tidak berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji statistik nonparametrik³⁵.

Pengujian normalitas sebagai dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Dengan demikian, maka dalam penelitian ini juga akan melakukan uji normalitas data pada ke tiga variabel yang akan peneliti lakukan.

4. Uji Kruskal Wallis

Uji Kruskal Wallis merupakan alternatif uji nonparametrik dari analisis varian satu jalur (*one-way ANOVA*) yang tujuannya untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik diantara dua atau lebih kelompok variabel bebas pada variabel terikat yang berskala data numeric (interval/rasio) dan skala ordinal³⁶. Uji ini merupakan alternatif bagi uji *One Way Anova* jika tidak memenuhi asumsi missal asumsi normalitas. Oleh karena uji ini merupakan uji non parametris dimana asumsi normalitas boleh dilanggar, maka

³⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 153.

³⁶<https://www.statistikian.com/2014/07/uji-kruskal-wallis-h.html>

tidak perlu lagi ada uji normalitas. Adapun hipotesis untuk uji *Kruskal Wallis* yaitu :

- a. Jika nilai P-value $< 0,05$ maka H_0 di tolak, artinya terdapat perbedaan antara sampel.
- b. Jika nilai P-value $> 0,05$ maka H_0 di terima, artinya terdapat kesamaan antarasampel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Objek Penelitian

Kedai Kopi Komitmen merupakan salah satu kedai yang ada di Palopo yang berdiri pada bulan maret 2019. Awal mulanya kedai kopi komitmen yang dimiliki oleh Iswahyudi Said Saputra ini berdiri di area kampus IAIN Palopo tepatnya di kampus 3 IAIN Palopo. Sekitar 1 bulan beroperasi di kantin IAIN Palopo, kedai kopi komitmen berpindah ke jalan Ahmad Razak kota Palopo tepatnya di lorong 2 Ahmad Razak dan beroperasi sampai sekarang. Letaknya yang berada di lorong 2 ini menjadikan kedai kopi komitmen sebagai pilihan tempat minum maupun berdiskusi oleh para pemuda yang berada di sekitar kedai kopi komitmen. Selain itu masyarakat umum pun banyak yang berkunjung ke Kedai Kopi Komitmen. Kedai Kopi Komitmen menyediakan menu khusus minuman yang bervariasi agar pelanggan tidak bosan untuk mencoba menu di Kedai Kopi Komitmen. Ice Kopi Pandan menjadi salah satu menu minuman kopi andalan yang terkenal dan menjadi salah satu menu favorit pelanggan.

Kedai Daily Kopi merupakan salah satu kedai yang ada di palopo yang berdiri pada bulan Agustus 2018, Kedai Daily Kopi ini dimiliki oleh H. Muhammad Fuad. Awal mulanya Kedai Daily Kopi ini memiliki nama Sindibad Kopi yang di ubah menjadi Kedai Daily Kopi hingga sekarang nama daily kopi di kenal di kalangan masyarakat terkhususnya di kalangan mahasiswa. Kedai Daily Kopi ini terletak di Jln. Andi Kambo, No. 86, Wara Timur, tepatnya berada di depan taman I LOVE PALOPO. Letaknya yang berada ditengah-tengah keramaian kota palopo ini menjadikan kedai daily kopi mudah di kenal di

masyarakat, sehingga Kedai Daily Kopi juga selalu menjadi pilihan lokasi di kalangan mahasiswa untuk mengadakan acara kampus baik itu mengadakan bazaar kampus maupun tempat diskusi bagi mahasiswa dan organisasi lainnya. Kedai daily kopi menyediakan menu khusus minuman yang bervariasi agar pelanggan tidak bosan untuk mencoba menu di Kedai Daily Kopi. Ice Kopi Aren menjadi salah satu menu minuman kopi andalan yang terkenal dan menjadi salah satu menu favorit pelanggan Kedai Daily Kopi.

Selanjutnya lokasi penelitian yang ketiga yaitu Sudut Kopi yang merupakan salah satu kedai di Palopo yang berdiri pada bulan Mei 2017, Kedai Sudut Kopi ini didirikan oleh Dirgawansyah. Awal mulanya Kedai Sudut Kopi di beri nama Buda Kada Kopi yang didirikan pada tahun 2016 yang bertempat di sekitar pelataran Masjid Jami Kota Palopo, setelah setahun beroperasi dengan nama Buda Kada Kopi barulah pada tahun 2017 di ubah menjadi Kedai Sudut Kopi dan berpindah di sebuah rumah tua di Jl. Kartini, No. 48, Batupasi, Sulawesi Selatan, Kedai Sudut Kopi memiliki konsep Kedai Classic Rumah Tua. Kedai Sudut Kopi menyediakan berbagai macam menu minuman dan makanan snack yang bervariasi agar pelanggan tidak bosan untuk mencoba menu di Kedai Sudut Kopi. Secara khusus Kedai Sudut Kopi lebih terfokus ke berbagai minuman dan lebih terfokuskan lagi ke menu Kopi, di antara beberapa menu Kopi yang banyak di minati konsumen yaitu kopi susu, ice kopi susu, ice kopi aren, ice kopi sahabat, dan ice kopi ciko.

2. Visi dan Misi

a. Visi Kedai Kopi Komitmen

Menjadikan kedai pilihan utama bagi para mahasiswa ataupun masyarakat sekitar serta mengenalkan konsep Kedai Kopi yang outdoor atau di luar ruangan

yang menyediakan berbagai jenis minuman yang bervariasi.

Misi Kedai Kopi Komitmen

- 1) Membangun bisnis Kedai Kopi dengan modal yang tidak terlalu besar
- 2) Menetapkan harga kopi yang tidak terlalu mahal dan ramah kantong bagi semua kalangan
- 3) Merubah mind set orang tentang kopi tidak semuanya pahit
Merubah mind set orang tentang minumlah kopi apa adanya

b. Visi Kedai Daily Kopi

Visi kedai adalah menjadikan kedai kopi sederhana ini mencapai eksistensi puncak sebagai rumah kedua yang membuat konsumen tertarik untuk kembali lagi serta memperkenalkan kopi untuk khalayak ramai khususnya dikota palopo

Misi Kedai Daily Kopi

- 1) Menyediakan kopi yang berkualitas.
- 2) Menyediakan produk-produk pilihan dengan cita rasa tinggi, inovatif, dan harga terjangkau.
- 3) Menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai.
- 4) Menempatkan pelanggan sebagai prioritas.

c. Kedai Sudut Kopi

Visi dari kedai kopi ini adalah berusaha untuk menjadi pebisnis yang focus dalam industry kopi yang terdepan dan tetap eksis hingga turun temurun di Kota Palopo dan di kenala di Sulawesi Selatan.

Misi Kedai Sudut Kopi

- 1) Menjalin hubungan baik dengan pelanggan.
- 2) Menciptakan suasana rumah kedua untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 3) Pelanggan adalah teman.
- 4) Harga terjangkau agar semua kalangan bisa menikmati produk kami.
- 5) Eksis dalam berbagai kegiatan kopi.
- 6) Selalu mengenalkan produk kopi kepada pelanggan.

3. Kreativitas Kedai Kopi

a. Kedai Kopi Komitmen

Kedai kopi ini memiliki konsep kopi rumahan yang berada dalam lorong tepatnya di jalan K.H Ahmad Razak lorong 2 Palopo. Lokasi kedai ini dekat dari beberapa kampus dan disekitar kedai ini terdapat banyak kos-kosan sehingga target pasar dari kedai ini yaitu para mahasiswa, orang-orang yang ngekos dan anak muda yang tinggal di jalan tersebut.

Kedai kopi komitmen ini juga memiliki kreatifitas dengan menerapkan konsep outdoor/luar ruangan yang sejuk, Selain kosep outdoor kedai ini juga memiiki rancangan yang berbeda dari kedai-kedai lain yaitu terdapat suasana alam yang di penuh dengan tumbuhan-tumbuhan dan bunga-bunga di sekelilignya sehingga para konsumen yang datang merasa nyaman dengan kesejukan di sekitar kedai ini.

Tabel 4.1
Daftar Menu Kedai Kopi Komitmen

Daftar Menu	Harga
Ice Drink	
Kopi Tiramisu	Rp. 12.000
Kopi Aren	Rp. 12.000
Kopi Pandan	Rp. 12.000
Kopi Vanilla	Rp. 12.000
Cappucino	Rp. 10.000
Orange Squash	Rp. 10.000
Lemon Squash	Rp. 10.000
Pandan Susu	Rp. 12.000
Vanilla	Rp. 10.000
Lemon Tea	Rp. 10.000
Green Tea	Rp. 10.000
Thai Tea	Rp. 10.000
Taro	Rp. 10.000
Velvet	Rp. 10.000
Chocolate	Rp. 10.000
Tiramisu	Rp. 10.000
Hot Drink	
Vietnam Drip	Rp. 8.000
Hot Chocolate	Rp. 10.000
Hot Lemon Tea	Rp. 10.000
Hot Tea	Rp. 8.000

Cappucino	Rp. 10.000
Food & Snack	
Indomie Kaldu	Rp. 12.000
Indomie Kari	Rp. 12.000
Indomie Goreng	Rp. 12.000
Kentang Goreng	Rp. 12.000
Eggroll	Rp. 10.000

b. Kedai Daily Kopi

Kedai kopi ini memiliki konsep kopi pinggir jalan yang berada di jln. Andi Kambo, No. 86, Wara Timur, tepatnya di pinggir jalan depan taman I LOVE PALOPO. Lokasi kedai ini dekat dari tengah kota dan dekat dengan beberapa kantor juga, sehingga target pasar dari kedai ini yaitu para pengunjung sekitaran taman serta para orang kantoran di sekitaran kedai. Selain itu, kedai ini juga di kenal di kalangan mahasiswa karena kedai ini sering menjadi tempat diadakannya bbazar kampus.

Kedai daily kopi ini juga memiliki kreatifitas dengan menerapkan konsep outdoor/luar ruangan yang santai, Selain kosep outdoor kedai ini juga memiliki rancangan yang berbeda dari kedai-kedai lain yaitu interioir yang serba putih sehingga dari tampak depan kedai ini mencolok untuk menarik kosumen.

Tabel 4.2
Daftar Menu Kedai Daily Kopi

Daftar Menu	Harga
Ice Drink	
Es Kopi Vanilla	Rp. 15.000

Es Kopi Gula Aren	Rp. 15.000
Caramel Maciato	Rp. 15.000
Caramel Latte	Rp. 15.000
Hazelnut Latte	Rp. 15.000
Choco Daily	Rp. 15.000
Oreo Daily	Rp. 15.000
Milo	Rp. 13.000
Chocolate	Rp. 10.000
Lemon Tea	Rp. 10.000
Vanilla	Rp. 10.000
Taro	Rp. 10.000
Taro	Rp. 10.000
Red Velvet	Rp. 10.000
Orange Squash	Rp. 13.000
Mango Squash	Rp. 13.000
Lecy Squash	Rp. 10.000
Srtawberry Squash	Rp. 10.000
Hot Drink	
Coffe Latte Hot/Ice	Rp. 15.000
Cappucino Hot/Ice	Rp. 15.000
Americano Hot/Ice	Rp. 13.000
Kopi Susu	Rp. 13.000
V60	Rp. 20.000
Food & Snack	
Roto Bakar	Rp. 10.000

Pisang Peppe	Rp. 10.000
Banana Roll	Rp. 15.000
Kentang Goreng	Rp. 15.000
Bakso Goreng	Rp. 15.000

c. Kedai Sudut Kopi

Kedai kopi ini memiliki konsep kopi rumah tua klasik yang berada Jl. Kartini, No. 48, Batupasi, Sulawesi Selatan. Lokasi kedai ini dekat dari beberapa kampus dan kantor target pasar dari kedai ini yaitu para mahasiswa, orang kantor, dan pemuda-pemuda.

Kedai sudut kopi ini juga memiliki kreatifitas dengan menerapkan konsep rumah tua klasik yang di mana desain interior kedai ini klasik rumah tua, Selain konsep rumah tua kedai ini juga menerapkan konsep kedai outdoor dan indoor yang memiliki rancangan yang berbeda dari kedai-kedai lain yaitu untuk bagian indoor/dalam ruangan di sajikan dengan interior yang klasik sehingga konsumen merasa nyaman, sedangkan bagian outdoor/luar ruangan di sajikan langsung pemandangan luar jalan. Selain itu kedai ini juga menyediakan berbagai macam buku bacaan untuk di baca di kedai.

Tabel 4.3

Daftar Menu Kedai Sudut Kopi

Daftar Menu	Harga
Ice Drink	
Affogato	Rp. 15.000
Ice Kopi Susu	Rp. 15.000

Ice Kopi Sahabat	Rp. 15.000
Ice Kopi Gula Aren	Rp. 15.000
Ice Kopi Ciko	Rp. 15.000
Greentea	Rp. 14.000
Milotea	Rp. 15.000
Lemon Tea	Rp. 12.000
Lecy Tea	Rp. 12.000
Orange Milk	Rp. 15.000
Jus Alpukat/Jus Jeruk	Rp. 15.000
Vanilla Milkshake	Rp. 15.000
Jasmine Tea	Rp. 7.000
Chocolate	Rp. 14.000
Chocolate V/H/C	Rp. 15.000
Milo	Rp. 13.000
Orange Squash	Rp. 14.000
Lecy Squash	Rp. 14.000
Hot Drink	
Kopi Susu	Rp. 10.000
Espresso	Rp. 10.000
Bon-Bon	Rp. 10.000
Vietnam Drip	Rp. 12.000
Cappucino Hot/Ice	Rp. 15.000
Coffe Latte Hot/Ice	Rp. 15.000
Coffe Latte H/C/V	Rp. 15.000
V60	Rp. 15.000

French Press	Rp. 15.000
Tubruk	Rp. 15.000
Food & Snack	
Intel Goreng	Rp. 10.000
Intel Kuah	Rp. 10.000
Intel Goreng Double	Rp. 13.000
Intel Kuah Double	Rp. 13.000
Kentang Goreng	Rp. 15.000
Pisang Goreng	Rp. 15.000
Ubi Goreng	Rp. 15.000

B. Hasil Penelitian Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden tentang konsumen yang berkunjung ke kedai kopi. Responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang dari masing-masing ketiga kedai kopi yang akan peneliti teliti, untuk dikemukakan sebagai kelayakan responden dalam memberikan informasi mengenai identitas diri berdasarkan jenis kelamin, usiadan pekerjaan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersbut. Ada pun karakteristik responden di bagi dalam beberapa bagian yaitu:

1. Jenis Kelamin

Dalam pembagian responden berdasarkan jenis kelamin, dikelompokkan seperti yang tercantum dalam tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden			Persentase
	Komitmen	Daily Kopi	Sudut Kopi	
Laki-Laki	45	30	36	74%
Perempuan	5	20	14	26%
Jumlah	50 orang	50 orang	50 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, 45 responden kedai Komitmen, 30 responden kedai daily kopi, 36 responden sudut kopi merupakan responden berjenis kelamin laki-laki dengan total persentase 74% sedangkan 5 responden kedai komitmen, 20 responden daily kopi, 14 responden sudut kopi adalah responden berjenis kelamin perempuan dengan total persentase 26%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini konsumen ketiga kedai lebih diminati oleh konsumen berjenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena kegiatan-kegiatan seperti ngopi, nonton bareng sepak bola, bermain game dan musik lebih diminati oleh laki-laki dibandingkan perempuan.

2. Usia

Dalam pembagian responden berdasarkan usia, dikelompokkan menjadi empat bagian, seperti yang tercantum dalam tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden			Persentase
	Komitmen	Daily Kopi	Sudut Kopi	
16-22	17	21	13	34%
23-29	30	29	19	52%

30-39	3	0	14	12%
40 keatas	0	0	4	2%
Jumlah	50 orang	50 orang	50 orang	100%

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan berdasarkan usia di atas, dimana jumlah semua responden 50 responden. Dapat dilihat, bahwa usia 23-29 yang terbanyak yaitu 30 responden kedai Komitmen, 29 responden kedai daily kopi, 19 responden sudut kopi dengan total persentase 52%. Usia 16-22 merupakan terbanyak kedua dari 50 responden dengan jumlah 17 responden kedai komitmen, 21 responden kedai daily kopi, 13 responden sudut kopi dengan persentase 34%. Usia 30-39 merupakan terbanyak ketiga dengan jumlah 3 responden kedai komitmen, 0 responden kedai daily kopi, 14 responden sudut kopi dengan persentase 12%. Usia 40 keatas merupakan yang terakhir dengan jumlah 0 responden kedai komitmen, 0 responden kedai daily kopi, 4 responden sudut kopi orang dengan persentase 2%. Keadaan ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden atau konsumen kebanyakan dari usia 23-29 dimana usia tersebut adalah usia muda. Hal ini juga berarti peminat dari ketiga kedai kebanyakan anakmuda.

3. Pekerjaan

Dalam pembagian responden berdasarkan pekerjaan, dikelompokkan menjadi enam bagian, seperti yang tercantum dalam tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden			Persentase
	Komitmen	Daily Kopi	Sudut Kopi	
Pelajar/Mahasiswa	21	24	15	40%
Pegawai Swasta	11	9	16	24%
PNS	2	1	5	5%
Wiraswasta	9	5	3	11%
TNI/Polri	2	1	3	4%

Lainnya	5	10	8	16%
Jumlah	50 orang	50 orang	50 orang	100%

Berdasarkan Tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dimana dengan jumlah seluruh responden 50 orang. Dapat dilihat bahwa jumlah pelajar/mahasiswa sebanyak 21 responden kedai komitmen, 24 responden kedai daily kopi, 15 responden sudut kopi dengan persentase sebesar 40%. Pekerjaan pegawai swasta memiliki jumlah 11 responden kedai komitmen, 9 responden kedai daily kopi, 16 responden sudut kopi dengan persentase 24%. Pekerjaan PNS memiliki jumlah 2 responden kedai komitmen, 1 responden kedai daily kopi, 5 responden sudut kopi orang dengan persentase 5%. Pekerjaan wiraswasta memiliki jumlah 9 responden kedai komitmen 5 responden kedai daily kopi 3 responden sudut kopi dengan persentase 11%. Pekerjaan TNI/Polri memiliki jumlah 2 responden kedai komitmen, 1 responden kedai daily kopi, 3 responden kedai sudut kopi dengan persentase 4%. Pekerjaan lainnya yang terdiri dari: sebanyak 5 responden kedai komitmen, 10 responden kedai daily kopi, 8 responden kedai sudut kopi dengan persentase 16%. Keadaan ini menunjukkan bahwa, dalam penelitian ini responden atau konsumen kebanyakan adalah pelajar atau mahasiswa. Keadaan ini juga menunjukkan bahwa target pasar dari ketiga kedai sudah tepatsasaran

C. Hasil analisis data

1. Uji validitas dan Reliabilitas

Setelah peneliti mengumpulkan 50 kuesioner di setiap kedai kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kuesioner dikatakan valid jika r -hitung $> 0,279$ dan dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software SPSS statistics 25* dengan hasil

sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas
Kedai Kopi Komitmen, Daily Coffee, Sudut Kopi

Variabel	Item	r-hitung			r-tabel	Keterangan
		Kopi Komitmen	Daily coffee	Sudut Kopi		
Kreativitas (X)	1	0,573	0,494	0,541	0,279	Valid
	2	0,315	0,477	0,507	0,279	Valid
	3	0,502	0,426	0,598	0,279	Valid
	4	0,410	0,285	0,638	0,279	Valid
	5	0,519	0,543	0,485	0,279	Valid
	6	0,421	0,448	0,630	0,279	Valid
	7	0,723	0,335	0,524	0,279	Valid
	8	0,523	0,354	0,653	0,279	Valid
	9	0,513	0,742	0,647	0,279	Valid
	10	0,454	0,530	0,523	0,279	Valid
	11	0,322	0,375	0,655	0,279	Valid
	12	0,353	0,350	0,566	0,279	Valid
	13	0,473	0,508	0,534	0,279	Valid
	14	0,538	0,406	0,668	0,279	Valid
	15	0,510	0,677	0,589	0,279	Valid
	16	0,630	0,503	0,600	0,279	Valid
	17	0,309	0,637	0,362	0,279	Valid
	18	0,362	0,750	0,520	0,279	Valid
	19	0,447	0,359	0,603	0,279	Valid
	20	0,475	0,742	0,458	0,279	Valid
Menarik Konsumen (Y)	21	0,737	0,823	0,843	0,279	Valid
	22	0,580	0,738	0,573	0,279	Valid
	23	0,838	0,715	0,814	0,279	Valid
	24	0,592	0,796	0,659	0,279	Valid
	25	0,823	0,750	0,818	0,279	Valid

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Kedai Kopi Komitmen

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas	1	0,790	Reliabel
	2	0,803	Reliabel
	3	0,794	Reliabel
	4	0,806	Reliabel
	5	0,800	Reliabel
	6	0,796	Reliabel
	7	0,783	Reliabel
	8	0,793	Reliabel
	9	0,793	Reliabel
	10	0,797	Reliabel
	11	0,803	Reliabel
	12	0,801	Reliabel
	13	0,796	Reliabel
	14	0,792	Reliabel
	15	0,793	Reliabel
	16	0,787	Reliabel
	17	0,804	Reliabel
	18	0,801	Reliabel
	19	0,797	Reliabel
	20	0,803	Reliabel
Menarik Konsumen	21	0,699	Reliabel
	22	0,757	Reliabel
	23	0,693	Reliabel
	24	0,753	Reliabel
	25	0,654	Reliabel

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kedai Daily Kopi

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas	1	0,829	Reliabel
	2	0,830	Reliabel
	3	0,836	Reliabel
	4	0,841	Reliabel
	5	0,827	Reliabel
	6	0,832	Reliabel
	7	0,837	Reliabel
	8	0,836	Reliabel
	9	0,817	Reliabel
	10	0,828	Reliabel
	11	0,834	Reliabel
	12	0,836	Reliabel
	13	0,830	Reliabel
	14	0,833	Reliabel
	15	0,819	Reliabel
	16	0,829	Reliabel
	17	0,822	Reliabel
	18	0,816	Reliabel
	19	0,834	Reliabel
	20	0,817	Reliabel
Menarik Konsumen	21	0,756	Reliabel
	22	0,805	Reliabel
	23	0,801	Reliabel
	24	0,766	Reliabel
	25	0,785	Reliabel

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Kedai Sudut Kopi

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas	1	0,882	Reliabel
	2	0,883	Reliabel
	3	0,880	Reliabel
	4	0,879	Reliabel
	5	0,884	Reliabel
	6	0,880	Reliabel
	7	0,883	Reliabel
	8	0,878	Reliabel
	9	0,879	Reliabel
	10	0,882	Reliabel
	11	0,878	Reliabel
	12	0,881	Reliabel
	13	0,883	Reliabel
	14	0,878	Reliabel
	15	0,881	Reliabel
	16	0,880	Reliabel
	17	0,887	Reliabel
	18	0,883	Reliabel
	19	0,880	Reliabel
	20	0,884	Reliabel
Menarik Konsumen	21	0,697	Reliabel
	22	0,793	Reliabel
	23	0,761	Reliabel
	24	0,769	Reliabel
	25	0,705	Reliabel

Berdasarkan tabel-tabel di atas dapat dilihat seluruh item pernyataan telah teruji validitas dan reliabilitasnya karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* > dari 0,279 dan nilai *Cronbach's Alpha* >0,60.

2. Pengukuran Tingkat Kreativitas

Tingkat kreativitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$TK = \frac{JTR}{JM} \times 100\%$$

Dengan hasil perhitungan di setiap kedai, sebagai berikut:

$$TK \text{ kedai komitmen} = \frac{4076}{50} \times 100\%$$

$$TK \text{ kedai komitmen} = 81.52\%$$

Jadi, tingkat kreativitas pada kedai kopi komitmen adalah 81.52%

$$TK \text{ kedai daily} = \frac{4150}{50} \times 100\%$$

$$TK \text{ kedai daily} = 83\%$$

Jadi, tingkat kreativitas pada kedai daily kopi adalah 83%

$$TK \text{ kedai sudut kopi} = \frac{4000}{50} \times 100\%$$

$$TK \text{ kedai sudut kopi} = 80\%$$

Jadi, tingkat kreativitas kedai sudut kopi adalah 80%

Kesimpulan dari perhitungan tingkat kreativitas masing-masing kedai kopi di atas adalah daily kopi memiliki tingkat kreativitas paling tinggi diantara ketiga kedai tersebut.

3. Uji Normalitas Data

Tabel 4.8
Uji Normalitas

Tests of Normality							
	nama_kedai	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kreativitas	Komitmen	.159	50	.003	.925	50	.004
	daily kopi	.117	50	.085	.965	50	.147

	sudut kopi	.223	50	.000	.862	50	.000
a. Lilliefors Significance Correction							

Berdasarkan hasil uji Normalitas pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat dari uji Kolmogrov-Smirnov (K-S) dan Shapiro-Wilk yang dilakukan memiliki hasil yang berbeda pada setiap variabel sampel. Hanya variabel kreativitas pada Daily Kopi yang berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp. Sig lebih besar dari α (0,05) sedangkan variabel kreativitas pada Komitmen dan Sudut Kopi tidak berdistribusi normal karena memiliki nilai Asymp. Sig lebih kecil dari α (0,05).

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data tidak berdistribusi normal sehingga peneliti tidak dapat melakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan statistika parametric. Oleh karena ini, peneliti melanjutkan analisis dengan menggunakan statistik nonparametrik yang tidak mengharuskan data berdistribusi normal.

4. Uji Kruskal Wallis

Dikarenakan tidak terpenuhinya uji asumsi klasik dalam statistik parametrik, untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji Kruskal-Wallis untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kreativitas pada setiap sampel yang diteliti. Perhitungan statistik dalam analisis Kruskal-Wallis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan bantuan program *software SPSS statistics 25* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9

Uji Kruskal Wallis

Ranks			
	nama_kedai	N	Mean Rank
Kreativitas	Komitmen	50	57.84
	daily kopi	50	94.61

	sudut kopi	50	74.05
	Total	150	

Test Statistics ^{a,b}	
	Kreativitas
Kruskal-Wallis H	18.083
Df	2
Asymp. Sig.	.000
a. Kruskal Wallis Test	
b. Grouping Variable: nama_kedai	

Berdasarkan hasil output “Test Statistics” diatas, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti ada perbedaan kreatifitas antara Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, dan Sudut Kopi. Oleh karena itu dengan adanya perbedaan kreatifitas kedai kopi komitmen, daily kopi, dan sudut kopi maka akan di lakukan uji lanjutan sebagai berikut.

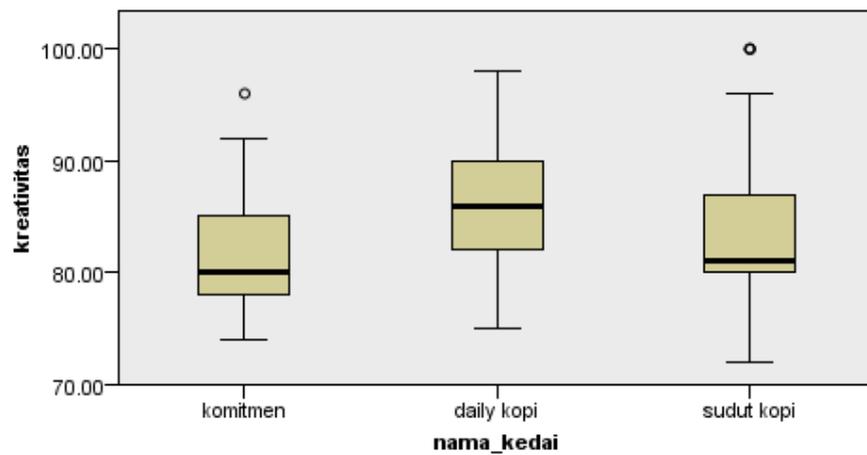
Nonparametric Tests

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of kreativitas is the same across categories of nama_kedai.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

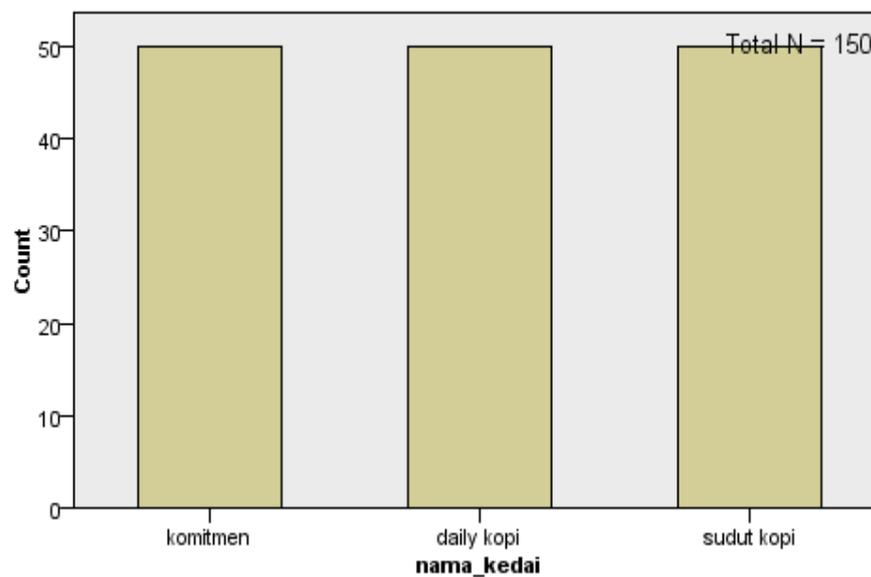
Independent-Samples Kruskal-Wallis Test



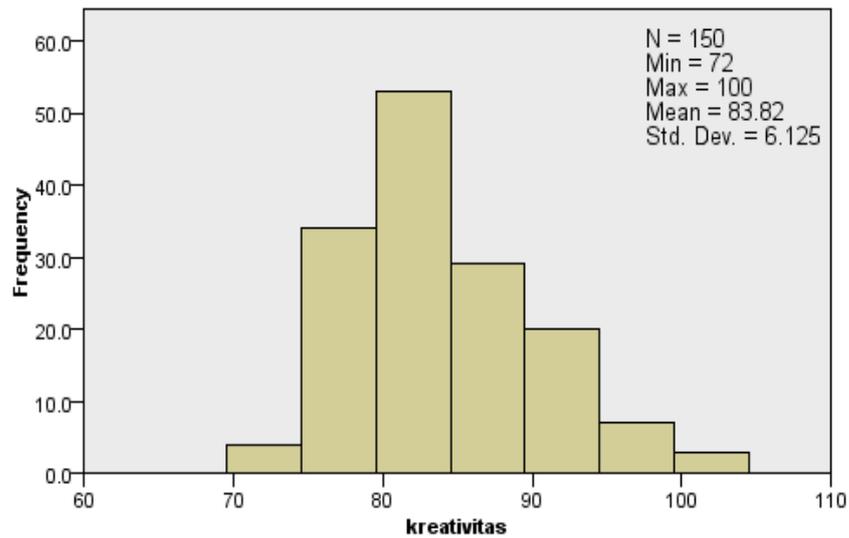
Total N	150
Test Statistic	18.083
Degrees of Freedom	2
Asymptotic Sig. (2-sided test)	.000

1. The test statistic is adjusted for ties.

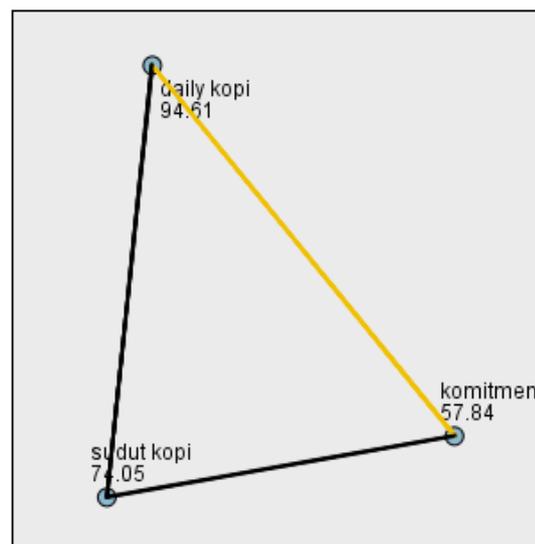
Categorical Field Information



Continuous Field Information



Pairwise Comparisons of nama_kedai



Each node shows the sample average rank of nama_kedai.

Sample1-Sample2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj.Sig.
komitmen-sudut kopi	-16.210	8.667	-1.870	.061	.184
komitmen-daily kopi	-36.770	8.667	-4.242	.000	.000
sudut kopi-daily kopi	20.560	8.667	2.372	.018	.053

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is .05. Significance values have been adjusted by the Bonferroni correction for multiple tests.

Dari hasil uji yang dilakukan disimpulkan bahwa kedai daily kopi memiliki kreativitas yang lebih tinggi di bandingkan dengan kedai kopi komitmen dan kedai sudut kopi. Karena, di kedai daily kopi selain tempatnya yang strategis terletak di tengah kota, kedai daily kopi ini juga memiliki interior yang membuat nyaman konsumen dan selain itu kedai ini juga menerapkan konsep outdoor dan indoor yang sangat menarik konsumen, selain itu kedai daily kopi juga sering melakukan bazar untuk penggalangan dana baik itu dari kalangan mahasiswa ataupun organisasi-organisasi dari luar, sehingga dari pemanfaatan tersebut dapat menarik banyak pelanggan mulai dari usia remaja sampai orang dewasa. Selain itu kedai daily kopi ini memanfaatkan social media seperti Instagram, whatsapp serta facebook untuk menarik konsumen baru.

Dari uji yang di lakukan dapat diketahui bahwa pada kedai kopi komitmen dan kedai sudut kopi tidak terdapat perbandingan dengan dibuktikannya nilai Asymp.Sig sebesar 0,061, yang artinya taraf signifikan 0,061 lebih besar atau $0,061 > 0,05$, antara kedai kopi komitmen dan daily kopi terdapat perbandingan dengan dibuktikannya nilai Asymp.Sig 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.000 < 0.05$, sedangkan antara kedai sudut kopi dan kedai daily kopi tidak terdapat perbandingan dengan nilai Asymo.sig 0,018 yang artinya taraf signifikan 0,018 lebih besar atau $0,018 > 0,05$.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa terdapat perbandingan kreativitas terhadap kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan kedai sudut kopi dengan diperolehnya nilai nilai Asymp.Sig adalah sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.000 < 0.05$ jadi

dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti ada perbedaan kreatifitas antara Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, dan Sudut Kopi, sehingga dengan adanya perbedaan kreativitas dari ketiga kedai maka peneliti melanjutkan penelitian dengan uji lanjutan, maka diperoleh bahwa tingkat kreativitas pada kedai daily kopi memiliki kreativitas yang lebih tinggi di bandingkan dengan kedai kopi komitmen dan kedai sudut kopi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baso.N mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas pada kedai kopi maka semakin tinggi pula tingkat minat konsumen untuk datang ke kedai.

Kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh suksesi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990: 456) Kreativitas juga memegang peranan penting dalam mengembangkan maupun meningkatkan daya saing para pelaku usaha khususnya pelaku kedai kopi di Kota Palopo. Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha harus mampu mengembangkan ataupun meningkatkan kreativitas dengan melakukan inovasi baik itu dengan mengembangkan cita rasa ataupun interior untuk menarik minat dan kenyamanan konsumen secara berkelanjutan agar mampu bersaing dengan pelaku usaha kedai kopi lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya perbedaan tingkat kreatifitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi, dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru, yang dilihat dari pengukuran tingkat kreativitas bahwa kedai daily kopi memiliki tingkat kreativitas tertinggi yaitu 83%, yang kedua kedai kopi komitmen yaitu 81.52%, dan yang ketiga yaitu kedai sudut kopi sebesar 80%.
2. Adanya perbedaan kreativitas kedai kopi komitmen, kedai daily kopi dan sudut kopi dalam menarik konsumen baru, yang di lihat dari hasil uji kruskal wallis bahwa berdasarkan hasil output “Test Statistics”, diketahui nilai Asymp.Sig adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, disimpulkan ada perbedaan kreatifitas antara Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, dan Sudut Kopi. Dari uji yang di lakukan dapat diketahui bahwa pada kedai kopi komitmen dan kedai sudut kopi tidak terdapat perbandingan yang terjadi dengan dibuktikannya nilai Asymp.Sig sebesar 0,061, yang artinya taraf signifikan 0,061 lebih besar atau $0,061 > 0,05$, antara kedai kopi komitmen dan daily kopi terdapat perbanding dengan dibuktikannya nilai Asymp.Sig 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 atau $0.000 < 0.05$, sedangkan antara kedai sudut kopi dan kedai daily kopi tidak terdapat perbandingan dengan nilai Asymo.sig 0,018 yang artinya taraf signifikan 0,018 lebih besar atau $0,018 > 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, penulis mengajukan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penulis menyarankan untuk menambahkan variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada variabel lain yang berpengaruh memberikan perbandingan terhadap ketiga kedai tersebut.
2. Dalam upaya untuk meningkatkan konsumen yang datang ke lokasi penelitian di masa yang akan datang, sebaiknya pihak manajemen dari ketiga kedai yang telah peneliti teliti tersebut sebaiknya lebih meningkatkan lagi kreativitas-kreativitas pada kedai tersebut baik itu dalam meningkatkan interior ataupun memunculkan menu-menu yang dapat menarik konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2014)

Abdullah, Muh Ruslan, et al. "Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam".
*Sahar, Syahriani. Strategi Ikatan Pelajar Nadhatul Ulama Dalam Penanggulangan
Kenakalan Remaja di Kota Parepare. Diss. IAIN Parepare (2018).*

Deden A. Wahab Sya'roni, Janivita J. Sudirham, "*Kreativitas dan Inovasi Penentu
Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*", (Fakultas Pascasarjana Universitas
Komputer Indonesia (UNIKOM)

Ernani Hadiyani, *Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran
Kewirausahaan pada Usaha Kecil*, (Volume 3, No. 3 September 2012)

Evita P Purnamasari, *Kumpulan Ide Bisnis Mulai 200 Ribuan Ide-Ide Bisnis yang
inspirasi dengan Modal Seuprit*, (Yogyakarta: Kobis, 2015)

Heni Widyaningsih. "Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha
Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang
Tua", 2017.

Made Vairagya Yogantari, I Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta "kajian pengaruh
copywriting kreatif terhadap identitas brand kedai kopi takeaway di denpasar"
Prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali Vol. 3 No 1 -
Mei 2021.

Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta:
Salemba Empat, 2015)

Meithiana Indrasari, '*Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi
Iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan*',
(Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2017)

- Muhammad I. Adiakurnia, “*Daerah Penghasil Kopi di Indonesia Favorit Warga Dunia*”<https://read/2017/11/20/180500427/daerah-penghasil-kopi-diindonesia-favorit-warga-dunia> (diakses pada 20 November 2017, 18.05 WIB)
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007).
- Nasution, Arman Hakim, Bustanul Arifin Noerdan Mokhammad Suef: *Membangun Spirit Entrepreneur Muda Indonesia*, (Jakarta: Elex Media Komputindo).
- Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009)
- Puji Mustofa Arifudin, “*Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi di Kecamatan Wates*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi UN PGRI, 2016).
- Rani Restiyani Widjaja, Widi Winarso “*bisnis kreatif dan inovasi*”.
- Rika Devi Kurniasari dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 1.2 (2016).
- Se, Deiraldiandrino, "Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* 6.2 (2018).
- S.Margono, “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997)
- Santi Riana Dewi, Andari, Martina Rahmawati Masitoh “*peran pelatihan dan workshop bagi peningkatan motivasi, inovasi dan kreativitas pada umkm kerajinan tangan dari manik-manik*” (skripsi Program Studi Manajemen Universitas Serang Raya 2019-07-23).
- Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilail Qur’an* (Jakarta: Gema Insani, 2008)

Sintia Afriyanti dan Elly Rasmikayati “*Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor*”, (Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran, 2017).

Sopian, Anggi Maulana. *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung)*.
Diss. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Yanti Pranata, *Bisnis Kuliner di Indonesia*, (Artikel terkait dari BPS, 2012).

<https://palopokota.go.id/post/palopo-menuju-sentra-bisnis-kopi>

<https://travel.kompas.com/read/2017/11/20/180500427/daerah-penghasil-kopi-di-indonesia-favorit-warga-dunia>, diakses pada 20 April 2018).

<https://www.statistikian.com/2014/07/uji-kruskall-wallis-h.html>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Observasi

A. Kedai Kopi Komitmen



B. Kedai Daily Kopi



C. Kedai Sudut Kopi



Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Dengan hormat,

Perkenankanlah saya meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul “Perbandingan Kreativitas Kedai Kopi Komitmen, Daily Kopi, dan Sudut Kopi Dalam Menarik Konsumen Baru”. Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenarbenarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Palopo, 05 Oktober 2021

Penulis.

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i konsumen kedai kopi

Dengan Hormat,

Bersama kuesioner ini saya, mahasiswa:

Nama : Nurul Fitria Bahri

NIM : 17 0403 0026

Fakultas/Prodi : FEBI/Manajemen Bisnis Syariah

Institut Agama Islam Negeri Palopo

memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i konsumen kedai kopi meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini akan saya gunakan sebagai data penelitian saya yang berjudul “PERBANDINGAN KREATIVITAS KEDAI KOPI KOMITMEN, KEDAI DAILY KOPI, DAN KEDAI SUDUT KOPI DALAM MENARIK KOSUMEN BARU”. Data ini hanya akan digunakan untuk penyusunan skripsi dan tidak akan digunakan untuk kepentingan yang lain. Besar harapan saya kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar sesuai dengan keadaan. Atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Nurul Fitria Bahri

A. Deskripsi Responden

Nama Responden :

Tanggal Pengisian :

Jenis Kelamin : Laki – Laki Perempuan

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa

Pegawai Swasta

Wiraswasta

PNS

TNI/Polri

Lainnya (mohon ditulis).....

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan Anda, dengan memberi tanda centang (√) pada kolom jawaban yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

C. Daftar Pertanyaan

Variabel Kreativitas

A. ORANG YANG KREATIF						
NO	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pemilik kedai kopi selalu berpikir kreatif					
2	Selalu mempunyai ide-ide kreatif untuk mengembangkan usaha kedai					
3	Mampu mengembangkan ide-ide untuk menciptakan produk yang berbeda dengan kedai lain.					
4	Selalu memunculkan ide-ide untuk desain kedai yang kreatif					

B. PROSES YANG KREATIF						
NO	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Membuat kombinasi-kombinasi baru untuk mengembangkan kedai					
2	Memiliki cara-cara baru untuk menarik pelanggan baru					
3	Menerapkan solusi kreatif untuk mengembangkan usaha					
4	Tampilan menu yang disajikan oleh kedai menarik dan kreatif					

C. PRODUK YANG KREATIF						
NO	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Membuat kombinasi-kombinasi baru untuk mengembangkan kedai					
2	Memiliki cara-cara baru untuk menarik pelanggan baru					
3	Menerapkan solusi kreatif untuk mengembangkan usaha					
4	Tampilan menu yang disajikan oleh kedai menarik dan kreatif					

A. LINGKUNGAN YANG KREATIF						
NO	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan pada kedai sangat bagus					

2	Fasilitas-fasilitas di kedai kopi menjadi salah satu alasan sering menghabiskan waktu di kedai kopi					
3	Kebersihan dan kenyamanan pada kedai sangat terjaga					
4	Kedai kopi menjadi pilihan yang tepat untuk tempat diskusi atau pertemuan					

VARIABEL MENARIK KONSUMEN BARU

NO	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Kedai melakukan promosi penjualan melalui instagram, facebook dan secara langsung					
2	Seringnya mempromosikan produk baru di instagram membuat saya tertarik untuk membeli					
3	Promo hemat yang ditawarkan melalui intagram membuat konsumen baru tertarik					
4	Kedai selalu menyediakan potongan harga ataupun voucher belanja untuk menarik konsumen.					

Lampiran 3 Hasil Kuesioner Penelitian

A. Hasil Kuesioner Kedai Komitmen

INDIKATOR PERNYATAAN RESPONDEN	ORANG					PRODUK					PROSES					PROMOSI					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
1	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	
2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	81	
3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	92	
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	86	
5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	79	
6	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	
8	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	88	
9	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	90	
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	85	
11	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	78	
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	78	
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	78	
14	4	5	4	3	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	81	
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	96	
16	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	83	
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	79	
18	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	81	
19	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	77	
20	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	75	
21	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	74	
22	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	79	
23	4	5	4	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	79	
24	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	76	
25	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	75	
26	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	75	
27	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	77	
28	4	4	5	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	76	
29	5	5	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	79	
30	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	80	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	81	
32	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	79	
33	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	90	
34	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	92	
35	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	88	
36	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	83	
37	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	90	
38	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	87	
39	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	74	
40	4	4	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76	
41	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	82	
42	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	85	
43	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	83	
44	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	79	
45	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	90	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
47	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	83	
48	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	
49	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	77	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	80	

B. Hasil Kuesioner Kedai Daily

INDIKATOR PERNYATAAN RESPONDEN	ORANG					PRODUK					PROSES					PROMOSI					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	83
2	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	92
3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	86
4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	88
5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	82
6	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	83
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	97
8	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	86
9	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	83
11	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	93
12	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	75
13	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	90
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
15	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	84
16	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
17	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	84
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
19	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	78
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
21	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	93
22	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
23	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	94
24	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	82
25	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
26	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	86
27	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	88
28	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	90
29	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	91
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	94
31	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
32	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	87
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	94
34	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	79
36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	89
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	84
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	85
39	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	88
40	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	87
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	85
42	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	98
43	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
45	5	3	3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	86
46	4	4	4	3	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	86
47	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	86
48	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	85
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
50	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	84

C. Hasil Kuesioner Sudut Kopi

INDIKATOR PERNYATAAN RESPONDEN	ORANG					PRODUK					PROSES					PROMOSI					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
6	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	82	
10	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	91	
11	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	87	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
14	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	
15	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	78	
16	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	82	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	96	
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
19	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	81	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	87	
23	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	92	
24	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	93	
25	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	92	
26	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
27	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	85	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	85	
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	81	
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	81	
34	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	81	
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	79	
36	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	84	
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	4	80	
38	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	88	
39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	3	3	88	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
41	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	
42	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	80	
43	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	80	
44	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	
45	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	80	
46	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	77	
47	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	72	
48	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	85	
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	95	
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	83	

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Agatis Telp. 0471 – 22076 Fax. 0471-325195 Kota Palopo
 Website : //www.iainpalopo.ac.id/ /http:// febi-iainpalopo.ac.id/

Nomor : B 264 /In.19/FEBI.04/KS.02/11/2021 Palopo, 08 November 2021
 Lamp : 1 (satu) Exempler
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Kepala DPMPTSP Kota Palopo
 Di -
 Palopo

Bersama ini disampaikan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama	: Nurul Fitria Bahri
Tempat/Tanggal Lahir	: Palopo, 25 Oktober 1998
NIM	: 17 0403 0026
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Manajemen Bisnis Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Perum Bumi Songka Asri Blok A7 No.3

akan melaksanakan penelitian di Kota Palopo dalam rangka penulisan skripsi dengan Judul
**"Perbandingan Kreatifitas Kedai Kopi Komitmen, Kedai Daily Kopi, dan Kedai Sudut
 Kopi Dalam Menarik Konsumen Baru"**.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas bantuannya diucapkan terima kasih.


 Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

SKRIPSI NURUL FITRIA BAHRI 2

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%
2	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
6	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
7	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
8	repo.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Negeri Medan Student Paper	1%

10	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	1 %
11	dspace.uui.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.umy.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1 %
15	amaypk.ac.id Internet Source	<1 %
16	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
18	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
19	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to Washoe County School District Student Paper	<1 %
21	www.foodpanda.co.id Internet Source	<1 %

22	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
23	satriatubagusm.blogspot.com Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
25	www.ogahrugi.com Internet Source	<1 %
26	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
27	Nurul Ulva, Wirasti Wirasti. "Analisis Pengaruh Suhu Penyimpanan Terhadap Stabilitas Suspensi Ibuprofen Menggunakan Metode HPLC (High Performance Liquid Chromatography)", Jurnal Ilmiah JOPHUS : Journal Of Pharmacy UMUS, 2021 Publication	<1 %
28	adoc.tips Internet Source	<1 %
29	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
30	Submitted to Institut Seni Indonesia Denpasar Student Paper	<1 %
31	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %

		<1 %
32	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1 %
33	Submitted to Hopkinton High School Student Paper	<1 %
34	jurnal.amaypk.ac.id Internet Source	<1 %
35	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
36	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
37	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
38	repository.ubb.ac.id Internet Source	<1 %
39	Submitted to Myongji University Graduate School Student Paper	<1 %
40	ejournal.stainpamekasan.ac.id Internet Source	<1 %
41	123dok.com Internet Source	<1 %
42	jejakpiknik.com Internet Source	

		<1 %
43	library.tsm.ac.id Internet Source	<1 %
44	www.scribd.com Internet Source	<1 %
45	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	<1 %
46	adoc.pub Internet Source	<1 %
47	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
48	ejournal.unhi.ac.id Internet Source	<1 %
49	ojs.ikipgunungsitoli.ac.id Internet Source	<1 %
50	www.its.ac.id Internet Source	<1 %
51	hdl.handle.net Internet Source	<1 %
52	menudeliverybaru.blogspot.com Internet Source	<1 %
53	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	

		<1 %
54	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
55	www.neliti.com Internet Source	<1 %
56	admin.ebimta.com Internet Source	<1 %
57	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
58	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
59	core.ac.uk Internet Source	<1 %
60	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
61	journal.uc.ac.id Internet Source	<1 %
62	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
63	www.journaluniversity.com Internet Source	<1 %
64	idoc.pub Internet Source	<1 %

65 repository.iainpurwokerto.ac.id
Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 6 Riwayat Hidup



Nurul Fitria Bahri adalah penulis skripsi ini. Dilahirkan di Palopo, Sulawesi Selatan pada Minggu, 25 Oktober 1998. Penulis merupakan anak ke dua dari lima bersaudara pasangan dari Saiful Bahri dan Ecce. Pendidikan dasar penulis SD Negeri 84 Salolo lulus pada tahun 2011, pada tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Palopo lulus pada tahun 2014, Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Palopo tamat pada tahun 2017, dan pada tahun yang sama terdaftar sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palopo Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan tamat pada tahun 2021.