

**PERBANDINGAN HASIL SURVEI *OFFLINE* DAN *ONLINE*
PADA PEMODELAN PERSEPSI DAN ELASTISITAS HARGA
PRODUK KOPI SIAP SAJI (STUDI KASUS: KOPI
KENANGAN DRAMAGA BOGOR)**

LIZZILMI SYARIFATUZ ZAIMAH



**PROGRAM STUDI MATEMATIKA
SEKOLAH SAINS DATA, MATEMATIKA, DAN INFORMATIKA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perbandingan Hasil Survei *Offline* dan *Online* pada Pemodelan Persepsi dan Elastisitas Harga Produk Kopi Siap Saji (Studi Kasus: Kopi Kenangan Dramaga Bogor)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada IPB University.

Bogor, Agustus 2026

Lizzilmi Syarifatuz Zaimah
G5401221096



ABSTRAK

LIZZILMI SYARIFATUZ ZAIMAH. Perbandingan Hasil Survei *Offline* dan *Online* pada Pemodelan Persepsi dan Elastisitas Harga Produk Kopi Siap Saji (Studi Kasus: Kopi Kenangan Dramaga Bogor). Dibimbing oleh BUDI SUHARJO dan NGAKAN KOMANG KUTHA ARDANA.

Penelitian ini bertujuan menganalisis konsistensi respons konsumen pada survei offline dan online terhadap harga produk Kopi Kenangan Mantan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode Price Sensitivity Meter (PSM) dan Gabor–Granger (GG). Data dikumpulkan melalui survei offline kepada konsumen di gerai, kemudian diikuti survei online kepada responden yang sama sekitar 5–7 hari setelahnya. Hasil menunjukkan bahwa tingkat konsistensi jawaban bervariasi berdasarkan jenis pertanyaan. Pertanyaan berbasis perilaku lebih konsisten dibandingkan pertanyaan PSM, dengan harga optimal yang direkomendasikan sebesar Rp21.000.

Kata kunci: survei *offline*, survei *online*, konsistensi respons, *price sensitivity meter*, *Gabor–Granger*.

ABSTRACT

LIZZILMI SYARIFATUZ ZAIMAH. A Comparison of Offline and Online Survey Results in Modeling Perceptions and Price Elasticity of Ready-to-Drink Coffee Products (Case Study: Kopi Kenangan Dramaga, Bogor). Advised by BUDI SUHARJO and NGAKAN KOMANG KUTHA ARDANA.

This study aimed to analyze the consistency of consumer responses between offline and online surveys on the pricing of Kopi Kenangan Mantan. A descriptive quantitative approach was employed using the Price Sensitivity Meter (PSM) and Gabor–Granger (GG) methods. Data were collected through an offline survey of in-store consumers, followed by an online survey of the same respondents 5–7 days later. The results showed that response consistency varied by question type. Behavior-based questions were more consistent than PSM questions, and the analysis recommended an optimal price of IDR 21,000.

Keywords: offline survey, online survey, response consistency, price sensitivity meter, gabor–granger



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PERBANDINGAN HASIL SURVEI *OFFLINE* DAN *ONLINE*
PADA PEMODELAN PERSEPSI DAN ELASTISITAS HARGA
PRODUK KOPI SIAP SAJI (STUDI KASUS: KOPI
KENANGAN DRAMAGA BOGOR)**

LIZZILMI SYARIFATUZ ZAIMAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Matematika pada
Program Studi Matematika

**PROGRAM STUDI MATEMATIKA
SEKOLAH SAINS DATA, MATEMATIKA, DAN INFORMATIKA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul : Perbandingan Hasil Survei *Offline* dan *Online* pada Pemodelan Persepsi dan Elastisitas Harga Produk Kopi Siap Saji (Studi Kasus: Kopi Kenangan Dramaga Bogor)

Nama : Lizzilmi Syarifatuz Zaimah

NIM : G5401221096

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Budi Suharjo, M.S.

Pembimbing 2
Ir. Ngakan Komang Kutha Ardana, M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi :
Dr. Donny Citra Lesmana, S. Si., M.Fin.Math.
NIP. 197902272005011001

Tanggal Ujian : 19 Mei 2026

Tanggal Lulus :



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan September 2025 sampai bulan April 2026 ini ialah “Perbandingan Hasil Survei *Offline* dan *Online* pada Pemodelan Persepsi dan Elastisitas Harga Produk Kopi Siap Saji (Studi Kasus: Kopi Kenangan Dramaga Bogor)”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan karya ilmiah ini, yaitu:

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan karya ilmiah ini, yaitu:

1. Ir. Budi Suharjo M. S. dan Ir. Ngakan Komang Kutha Ardana, M. Sc. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta semangat selama proses pengerjaan karya ilmiah ini dari awal sampai akhir.
2. Bidayatul Masulah. S.Si., M.Sc selaku dosen penguji pada tugas akhir penulis.
3. Seluruh Bapak/Ibu Dosen di Departemen Matematika yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
4. Lilik Fitriani Nasukha, Ibu tercinta yang tiada henti memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Sahabat-sahabat penulis, Fadhil, Hantrisa, Melisa, Aufa, Hanadia, Dewi, Tillah, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang kalian berikan selama ini.
6. Seluruh teman-teman Angkatan 59 Departemen Matematika yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
7. Barista Kopi Kenangan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan wawancara langsung di gerai Kopi Kenangan Dramaga.
8. Responden yang telah bersedia membantu dan menyemangati penulis untuk mencari data di gerai Kopi Kenangan Dramaga.
9. Terakhir, untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan, tidak menyerah, dan terus melangkah meski banyak rintangan yang dihadapi.

Penulis juga memohon maaf kepada para pihak yang telah membantu jika pada proses pengerjaan karya ilmiah ini ada perbuatan, perkataan, atau sikap yang kurang berkenan di hati. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor Agustus 2026

Lizzilmi Syarifatuz Zaimah



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Industri Kopi	4
2.2 Kopi Kenangan	6
2.3 Perilaku Konsumen dalam Penentuan Harga	8
2.4 Elastisitas Permintaan	9
2.5 Penetapan Harga Optimal dalam Industri Kopi	11
2.6 Survei <i>Online</i> dan Survei <i>Offline</i>	11
2.7 Kerangka Pemikiran	12
METODE	14
3.1 Data Penelitian	14
3.2 Populasi dan Sampel	14
3.3 Instrumen Penelitian	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Teknik Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Karakteristik Responden	22
4.2 Konsistensi	25
4.3 <i>Price Sensitivity Meter</i> (PSM)	33
4.4 <i>Gabor-Granger</i> (GG)	38
4.5 Elastisitas Permintaan	40
4.6 Pendapatan Potensial (Analisis Pendapatan)	42
4.7 Integrasi Hasi PSM, GG, Elastisitas, dan <i>Revenue</i> dalam Penentuan Harga Optimal (<i>Online</i> dan <i>Offline</i>)	46
V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	61

DAFTAR TABEL

1	Pertanyaan Perilaku Konsumsi Responden Terhadap Kopi	16
2	Tingkat Konsistensi Kebiasaan Meminum Kopi	26
3	Tingkat Konsistensi Waktu Meminum Kopi	26
4	Tingkat Konsistensi Jenis Konsumsi Kopi	27
5	Tingkat Konsistensi Ukuran Gelas Meminum Kopi Kenangan	27
6	Tingkat Konsistensi Cara Pembelian Kopi Kenangan	28
7	Tingkat Konsistensi Faktor Memilih Kopi Kenangan	28
8	Tingkat Konsistensi Persepsi Harga Kopi Kenangan Mantan	29
9	Tingkat Konsistensi Pemilihan Ukuran Gelas Kopi	29
10	Tingkat Konsistensi Jumlah Menu yang Dipilih	30
11	Tingkat Konsistensi Kesamaan Menu yang Dipilih	31
12	Tingkat Konsistensi Batas Harga Metode PSM	31
13	Tingkat Konsistensi Ketersediaan Membeli pada Variasi Harga	32
14	Konsistensi Keseluruhan Jawaban Responden	33
15	Sebaran Persepsi Harga Responden <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	33
16	Sebaran Persepsi Harga Responden <i>Offline</i> dan <i>Online</i> (Lanjutan)	34
17	Titik Perpotongan Kurva PSM pada Survei <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	35
18	Elastisitas Berdasarkan Survei <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	40
19	Pendapatan Relatif Berdasarkan Survei <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	43
20	Perbandingan Pendapatan Relatif <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	45

DAFTAR GAMBAR

21	Diagram Alir Analisis Konsistensi Jawaban Responden	18
22	Distribusi Jenis Kelamin Responden	22
23	Distribusi Usia Responden	23
24	Distribusi Profesi Responden	23
25	Distribusi Pendapatan Responden	24
26	Frekuensi Responden Membeli Kopi Kenangan Mantan	25
27	Kurva PSM pada Pengisian <i>Offline</i> dan <i>online</i>	35
28	Elastisitas terhadap Harga Rata-Rata <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	41
29	Kurva Pendapatan Relatif <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.