

## ABSTRAK

Lima tahun terakhir perkembangan *coffee shop / coffee house* di Indonesia dapat dikatakan sangat pesat, khususnya di kota Surabaya. Menjamurnya *coffee shop* di Surabaya membuat persaingan semakin ketat. Hal ini menuntut pengelola *coffee shop* untuk selalu berinovasi dan memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *coffee shop* yang hendak dikunjungi, sedangkan setiap pemasar dituntut untuk dapat memberikan apa yang diinginkan konsumennya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *coffee shop* yang hendak dikunjungnya. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, pengelola *coffee shop* dapat lebih fokus dalam meningkatkan kualitas produknya, baik produk barang maupun produk pelayanan jasanya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis faktor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sebelas faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih *coffee shop* yang akan dikunjungnya. Faktor-faktor tersebut adalah Keahlian Karyawan, Kemudahan Akses, Kenyamanan, Fasilitas, Penampilan, Makanan & Minuman, Keunggulan, Internal & Eksternal, Sikap & Kecepatan, *Brand*, dan Harga.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi dunia bisnis *coffee shop* dalam usaha peningkatan kualitas produknya. Peningkatan kualitas produk baik produk barang maupun produk jasa merupakan hal yang akan terus dibutuhkan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan sehingga harus terus menerus memperbarui indikator-indikator apa saja yang turut membentuk faktor-faktor tersebut, karena indikator-indikator tersebut akan terus berubah dan bertambah seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, budaya, dan kehidupan sosial masyarakat.

Kata Kunci : *Coffee Shop*, Analisis Faktor, Surabaya.