p-ISSN: 2963-7856| e-ISSN: 2961-9890
Available online at jerkin.org/index.php/jerkin
Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
Volume 5 No. 1, Juli - September 2026, pp 4666-4670

Analisis Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Memilih Cousin Coffee Tomohon sebagai Tempat Berkumpul dan Menikmati Pengalaman Kafe

Lisi Lendongan Pesoth [1] Christoffel M. O. Mintardjo [2] Raymond C. H. Kawet [3]
[1,2,3]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus UNSRAT, Kel. Bahu, Kec. Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia
E-mail: lissypesoth04@gmail.com
*Corresponding Author

https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.8049

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 27 Sep 2026
Revised: 03 Oct 2026
Accepted: 21 Oct 2026

Kata Kunci:
Perilaku Konsumen, Generasi Z, Pengalaman Kafe, Tempat Berkumpul, Cousin Coffee Tomohon

Keywords
Consumer Behavior, Generation Z, Café Experience, Gathering Place, Cousin Coffee Tomohon.

ABSTRACT

Keterbatasan kemampuan komunikasi publik (public speaking) dan tata kelola organisasi yang masih tradisional menjadi hambatan utama bagi pengurus organisasi lokal dalam membangun kaderisasi yang solid, sekaligus membatasi daya saing pelaku UMKM rumahan di Desa Lubuk Leban, Kecamatan Sosoh Buayrayap, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pemberdayaan public speaking sebagai upaya penguatan kepemimpinan dasar dalam organisasi dan peningkatan kapasitas bisnis pelaku UMKM, termasuk kelompok Ibu-Ibu PKK. Metode pengabdian menggunakan desain pre-eksperimental one-group pretest-posttest yang dipadukan dengan observasi partisipatif. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek literasi komunikasi, efikasi diri, dan keterampilan retorika praktis mitra. Pengurus organisasi kini mampu memimpin rapat koordinasi dengan struktur pesan yang sistematis, sementara pelaku UMKM dan Ibu-Ibu PKK berhasil mengikis kecemasan panggung (speech anxiety) serta menguasai teknik product pitching dan storytelling secara persuasif. Secara keseluruhan, program ini berhasil mengonversi kecakapan lisan menjadi instrumen penggerak sosial sekaligus penggerak ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan bagi masyarakat mitra.

This study analyzes Generation Z consumer behavior in choosing Cousin Coffee Tomohon as a gathering place, explores how Generation Z interprets the café experience, and explains the meaning of Cousin Coffee Tomohon as a place for gathering and enjoying a café experience. The study employed a descriptive qualitative approach involving six main informants who were Generation Z customers selected through purposive sampling. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis followed the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing, while source triangulation was used to examine data trustworthiness. The findings indicate that informants chose Cousin Coffee Tomohon by considering comfort, a calm atmosphere, its semi-outdoor concept, interior design, product quality and variety, price, service, and available facilities. The café experience was not limited to consuming food and beverages; it also included social interaction, discussion, studying, working, and spending time with friends. Although informants expressed different assessments of service consistency, the atmosphere, design, and product quality contributed to positive experiences that encouraged repeat visits and recommendations. Therefore, Cousin Coffee Tomohon is understood as both a social and productive space that provides Generation Z with an overall café experience.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite**:** Lisi Lendongan Pesoth, et al. (2026), Analisis Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Memilih Cousin Coffee Tomohon sebagai Tempat Berkumpul dan Menikmati Pengalaman Kafe . 5(1).https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.8049

PENDAHULUAN

Perkembangan coffee shop menunjukkan bahwa kafe tidak lagi hanya menjadi tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga ruang yang mendukung interaksi sosial, kegiatan akademik, pekerjaan, dan rekreasi. Perubahan fungsi tersebut terlihat pada perilaku Generasi Z yang menggunakan kafe untuk berkumpul, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, maupun menghabiskan waktu bersama teman. Karena itu, pemilihan coffee shop perlu dipahami tidak hanya dari produk yang dibeli, tetapi juga dari pengalaman yang dirasakan konsumen selama berada di tempat tersebut.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z mempertimbangkan berbagai aspek ketika memilih coffee shop. Malini (2021) menjelaskan bahwa konsumsi Generasi Z di warung kopi berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumen. Chotimah dan Parantika (2022) menemukan bahwa kenyamanan, harga, variasi menu, lokasi, dan fasilitas merupakan bagian dari pertimbangan konsumen Generasi Y dan Z. Wardani et al. (2022) juga menunjukkan bahwa suasana nyaman, desain yang menarik, dan fasilitas yang mendukung aktivitas menjadi unsur yang membuat kedai kopi lokal modern diminati. Penelitian Setiyani et al. (2026) menggambarkan bahwa konsumsi kopi Generasi Z dapat berkaitan dengan kegiatan belajar, bekerja, dan bersosialisasi.

Temuan penelitian terdahulu tersebut memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang berkaitan dengan pilihan coffee shop dan aktivitas konsumsi Generasi Z. Namun, konteks dan fokus setiap penelitian berbeda. Penelitian ini secara khusus menelaah pengalaman konsumen di Cousin Coffee Tomohon dan bagaimana pengalaman tersebut dimaknai oleh Generasi Z. Fokus ini penting karena pilihan terhadap sebuah kafe dapat terbentuk melalui gabungan suasana, desain ruang, produk, harga, pelayanan, fasilitas, serta aktivitas sosial yang berlangsung di dalamnya.

Cousin Coffee Tomohon, yang berlokasi di Kelurahan Walian, Kecamatan Tomohon Selatan, merupakan objek yang dipilih karena informan memanfaatkannya untuk berkumpul dan melakukan berbagai aktivitas. Berdasarkan hasil wawancara, informan menilai suasana yang tenang, konsep semi-outdoor, desain interior, kualitas produk, dan harga sebagai bagian dari daya tarik kafe. Informan juga menggunakan ruang tersebut untuk berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, atau menikmati waktu bersama teman. Pada saat yang sama, terdapat masukan mengenai konsistensi keramahan dan responsivitas pelayanan, terutama ketika kafe ramai.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen Generasi Z dalam memilih Cousin Coffee Tomohon sebagai tempat berkumpul, memahami pengalaman kafe yang dimaknai oleh Generasi Z, serta menjelaskan bagaimana konsumen memaknai Cousin Coffee Tomohon sebagai tempat berkumpul dan menikmati pengalaman kafe. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian perilaku konsumen dengan menempatkan pengalaman dan pemaknaan konsumen sebagai bagian penting dari pilihan terhadap coffee shop, sekaligus memberikan masukan bagi pengelola dalam mempertahankan aspek yang dinilai positif dan memperbaiki aspek pelayanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami perilaku, pengalaman, dan pemaknaan Generasi Z dalam memilih Cousin Coffee Tomohon sebagai tempat berkumpul dan menikmati pengalaman kafe. Penelitian dilaksanakan di Cousin Coffee Tomohon yang beralamat di Jalan Siswa, Kelurahan Walian, Kecamatan Tomohon Selatan, Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Pengumpulan data dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan setelah ujian proposal.

Informan penelitian terdiri atas enam informan utama yang merupakan konsumen Generasi Z. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kesesuaian pengalaman mereka dengan fokus penelitian, yaitu pengalaman memilih dan berkunjung ke Cousin Coffee Tomohon. Penelitian ini berfokus pada pengalaman konsumen Generasi Z dan tidak menggunakan pemilik, pengelola, maupun barista sebagai informan.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali alasan informan memilih kafe, pengalaman selama berkunjung, penilaian terhadap suasana, produk, pelayanan dan fasilitas, serta makna kafe sebagai tempat berkumpul. Observasi dan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memahami konteks tempat dan aktivitas konsumen. Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman melalui reduksi data,

penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang disampaikan oleh para informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dan observasi memperlihatkan bahwa pemilihan Cousin Coffee Tomohon oleh Generasi Z tidak hanya didasarkan pada kebutuhan mengonsumsi makanan dan minuman. Informan mempertimbangkan suasana, kenyamanan, desain, kualitas dan variasi produk, harga, pelayanan, serta fasilitas. Aspek-aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman yang dirasakan konsumen. Ringkasan temuan utama disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Utama Penelitian

Aspek Temuan	Hasil Temuan	Makna Temuan
Kenyamanan dan suasana	Informan menilai Cousin Coffee memiliki suasana tenang, sejuk, tidak terlalu padat, dan nyaman untuk berkumpul maupun melakukan aktivitas lain.	Kenyamanan menjadi pertimbangan utama dan membentuk pengalaman yang dirasakan selama berada di kafe.
Desain dan konsep ruang	Konsep semi-outdoor dan desain interior yang estetik dinilai menarik serta memberi karakter yang berbeda.	Lingkungan fisik tidak hanya berfungsi sebagai tempat duduk, tetapi juga menjadi bagian dari daya tarik dan pengalaman kafe.
Aktivitas konsumen	Informan menggunakan kafe untuk berkumpul, berbincang, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, dan menikmati waktu luang.	Cousin Coffee dimaknai sebagai ruang sosial sekaligus ruang produktif.
Kualitas produk dan harga	Informan menilai cita rasa dan variasi menu baik, sementara harga dianggap cukup terjangkau dan sepadan dengan kualitas serta pengalaman yang diperoleh.	Penilaian harga berkaitan dengan nilai yang dirasakan konsumen, bukan hanya murah atau mahal.
Pelayanan	Penilaian informan beragam; sebagian menilai pelayanan baik, sementara sebagian lainnya menyoroti keramahan dan responsivitas ketika kafe ramai.	Pengalaman pelayanan bersifat situasional sehingga konsistensi pelayanan tetap perlu diperhatikan.
Pemaknaan dan rekomendasi	Informan merasa nyaman, bersedia kembali, dan pernah merekomendasikan Cousin Coffee kepada teman atau orang lain.	Pengalaman positif membentuk pemaknaan yang kuat dan mendorong rekomendasi dari konsumen.

Sumber: Peneliti (2026)

Perilaku Generasi Z dalam Memilih Cousin Coffee Tomohon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan merupakan salah satu alasan utama informan memilih Cousin Coffee Tomohon. Kenyamanan yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan tersedianya tempat duduk, tetapi juga suasana yang tenang, ruang yang cukup leluasa, dan kondisi yang mendukung kegiatan berkumpul maupun aktivitas produktif. Informan menyampaikan bahwa mereka dapat berbincang dengan teman, berdiskusi, mengerjakan tugas, atau bekerja tanpa merasa terlalu terganggu oleh kepadatan ruang.

Selain kenyamanan, konsep semi-outdoor dan desain interior yang estetik menjadi bagian dari pertimbangan informan. Konsep tersebut dipandang memberikan suasana yang santai dan berbeda, serta sesuai dengan lingkungan Kota Tomohon. Renovasi dan penataan ruang dinilai meningkatkan daya tarik visual tanpa menghilangkan karakter kafe. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menilai fungsi dasar tempat, tetapi juga memperhatikan lingkungan fisik yang membentuk kesan ketika berkunjung.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

Kualitas dan variasi makanan serta minuman juga berperan dalam membentuk penilaian informan. Informan menilai cita rasa produk baik dan pilihan menu cukup beragam. Harga dipandang sepadan dengan kualitas produk dan pengalaman yang didapat. Dengan demikian, pertimbangan harga tidak berdiri sendiri, tetapi dikaitkan dengan nilai yang dirasakan konsumen secara keseluruhan. Temuan ini sejalan dengan Chotimah dan Parantika (2022) yang menunjukkan bahwa harga, variasi menu, kenyamanan, lokasi, dan fasilitas merupakan pertimbangan dalam memilih coffee shop.

Informan juga menyebut rekomendasi dari teman maupun informasi yang diperoleh melalui media sosial sebagai bagian dari pengenalan terhadap kafe. Setelah memiliki pengalaman sendiri, seluruh informan menyatakan pernah merekomendasikan Cousin Coffee kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berkunjung dapat berlanjut menjadi rekomendasi interpersonal. Secara umum, perilaku memilih Cousin Coffee terbentuk melalui pertimbangan yang beragam, mulai dari karakteristik tempat dan produk hingga pengalaman yang berkembang selama kunjungan.

Pengalaman Kafe yang Dimaknai oleh Generasi Z

Pengalaman kafe yang dirasakan informan bersifat menyeluruh. Pengalaman tersebut tidak hanya berasal dari makanan dan minuman, tetapi juga dari suasana, desain ruang, pelayanan, fasilitas, dan interaksi sosial. Informan memanfaatkan Cousin Coffee untuk berkumpul bersama teman, berbagi cerita, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, dan menikmati waktu luang. Dengan demikian, aktivitas konsumsi berjalan berdampingan dengan kebutuhan sosial dan produktif.

Suasana yang tenang dan konsep semi-outdoor menjadi aspek yang paling menonjol dalam pengalaman informan. Kondisi ruang yang dinilai sejuk dan tidak terlalu padat memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk menghabiskan waktu. Desain interior yang menarik juga memberi kesan tersendiri dan menjadi bagian dari pengalaman visual. Temuan ini memiliki keterkaitan dengan Wardani et al. (2022), yang menjelaskan bahwa suasana nyaman, desain, dan fasilitas merupakan unsur yang mendukung ketertarikan Generasi Z terhadap kedai kopi modern.

Walaupun penilaian terhadap suasana dan produk cenderung positif, pengalaman pelayanan tidak sepenuhnya sama. Sebagian informan menilai pelayanan sudah baik, sedangkan informan lain menyampaikan bahwa keramahan dan responsivitas masih perlu ditingkatkan, khususnya saat kondisi kafe ramai. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa pengalaman konsumen dapat dipengaruhi oleh situasi kunjungan dan interaksi yang dialami. Karena itu, kualitas pelayanan perlu dijaga secara konsisten agar pengalaman positif tidak bergantung pada kondisi tertentu.

Pengalaman yang terbentuk selama kunjungan membuat Cousin Coffee dipandang lebih luas daripada tempat transaksi makanan dan minuman. Temuan ini sejalan dengan Malini (2021), yang mengaitkan perilaku konsumsi Generasi Z di warung kopi dengan gaya hidup dan pengalaman sosial, serta Setiyani et al. (2026), yang menunjukkan keterkaitan konsumsi kopi dengan kegiatan belajar, bekerja, dan bersosialisasi. Penelitian ini menambahkan gambaran kontekstual mengenai bagaimana aspek-aspek tersebut dialami dan dimaknai oleh konsumen di Cousin Coffee Tomohon.

Pemaknaan Cousin Coffee sebagai Tempat Berkumpul dan Menikmati Pengalaman Kafe

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, informan memaknai Cousin Coffee Tomohon sebagai ruang sosial yang juga mendukung aktivitas produktif. Makna tempat berkumpul dalam penelitian ini tidak terbatas pada kehadiran beberapa orang di satu lokasi, tetapi mencakup kesempatan untuk berinteraksi, bertukar cerita, berdiskusi, melakukan pekerjaan atau tugas, dan menghabiskan waktu bersama. Fungsi ruang yang fleksibel tersebut menjadi salah satu alasan informan merasa cocok dengan kafe ini.

Pemaknaan tersebut terbentuk dari perpaduan kenyamanan, suasana, desain, produk, harga, dan pengalaman interaksi. Informan tidak menilai satu aspek secara terpisah, melainkan mempertimbangkan pengalaman yang mereka peroleh secara keseluruhan. Meskipun terdapat masukan terkait konsistensi pelayanan, pengalaman positif yang berkaitan dengan suasana dan kualitas produk tetap mendorong informan untuk kembali berkunjung dan memberikan rekomendasi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa Cousin Coffee memiliki arti bagi informan sebagai tempat yang dapat menyesuaikan kebutuhan sosial dan produktif mereka. Hal tersebut memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen Generasi Z: pilihan terhadap kafe bukan semata keputusan konsumsi, tetapi juga pilihan terhadap ruang dan pengalaman yang dianggap sesuai dengan kebutuhan. Bagi pengelola, temuan ini menunjukkan pentingnya mempertahankan suasana dan kualitas produk, sekaligus memperbaiki konsistensi pelayanan agar pengalaman konsumen tetap baik pada berbagai kondisi kunjungan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memilih Cousin Coffee Tomohon dengan mempertimbangkan kenyamanan, suasana yang tenang, konsep semi-outdoor, desain interior, kualitas dan variasi produk, harga, pelayanan, serta fasilitas. Pertimbangan tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman konsumen. Cousin Coffee tidak hanya digunakan untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga untuk berkumpul, berinteraksi, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, dan menghabiskan waktu bersama teman.

Pengalaman kafe dimaknai sebagai pengalaman menyeluruh yang terbentuk melalui lingkungan fisik, produk, pelayanan, dan interaksi sosial. Walaupun informan memberikan penilaian yang berbeda terhadap konsistensi pelayanan, suasana, desain, dan kualitas produk membentuk pengalaman positif yang mendorong kunjungan kembali serta rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, Cousin Coffee Tomohon dimaknai sebagai ruang sosial sekaligus ruang produktif bagi Generasi Z.

Pengelola disarankan mempertahankan kenyamanan, konsep semi-outdoor, desain, dan kualitas produk yang dinilai positif serta meningkatkan konsistensi keramahan dan responsivitas pelayanan, terutama pada saat kafe ramai. Penelitian selanjutnya dapat memperluas karakteristik informan atau mengkaji objek coffee shop lain untuk memperoleh perspektif yang lebih beragam mengenai pengalaman konsumen Generasi Z.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para informan Generasi Z yang telah bersedia berbagi pengalaman dan pandangan mengenai Cousin Coffee Tomohon, serta kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022). Analisis perilaku pelanggan Generasi Y dan Z dalam memilih coffee shop brand lokal. Media Bina Ilmiah, 17(1), 1–14.
https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/213

Malini, H. (2021). Gaya konsumsi dan perilaku konsumen Generasi Z di warung kopi. Jurnal Social Science Academic, 1(2), 493–506.
https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/5.pdf

Setiyani, R., Khairani, N., & Putra, A. (2026). Analisis perilaku konsumsi kopi oleh Generasi Z di Kota Surakarta. Jurnal Agrifo, 16(1).
https://ojs.unimal.ac.id/agrifo/article/view/26309

Wardani, R. P., Mawarni, N. L. C., Sucilestari, N. M. N., Andiniswari, A. I. R., & Susanto, P. C. (2022). Sikap Generasi Z terhadap eksistensi kedai kopi lokal dan internasional: Riset perilaku konsumen berbasis visual. Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, 17(1).
https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/1734

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)