

ABSTRACT

Preferences, Consumption Patterns, and Satisfaction Levels of Coffee Drinkers at Katama Coffee and Space, Bandar Lampung

By

Fito Sailendra

This consumer behavior research aims to analyze consumer preferences toward product attributes (price, taste, flavor variants, packaging size), consumption patterns, satisfaction levels toward products and services, and the relationship between respondent characteristics and consumer satisfaction with coffee drinks at KATAMA Coffee and Space, Bandar Lampung. Primary data were collected from 70 consumer respondents through validated questionnaires ($r_{count} > r_{table}$) and reliable (Cronbach Alpha > 0.6). This study employed conjoint analysis for preferences, descriptive quantitative analysis for consumption patterns, Customer Satisfaction Index (CSI) for satisfaction levels, and Spearman Rank correlation test for characteristic relationships. Research findings indicated the highest consumer preference for the combination of very aromatic scent, strong taste, Butterscotch Latte variant, and location with complete facilities (highest utility 4,007), with relative importance levels, flavor variant (32,711%), aromatic scent (31,198%), location (22,121%), taste (13,970%). Consumption patterns were dominated by purchasing 1 Butterscotch Latte item per visit (frequency 1x/week), conducted in the evening ($>19:00$ WIB), duration 1-2 hours, for relaxation purposes with friends/family. Consumer satisfaction reached CSI 78.83% (satisfied category), with the highest score on cleanliness (WS 61.79) and lowest on parking availability. Spearman Rank test showed significant relationships ($sig.<0.05$) between occupation ($r=0,025$), income ($r=0,039$) with satisfaction levels, while age education and gender were insignificant. Respondent characteristics comprised mostly females (58.57%), aged 17-25 years (94.28%), students (84.29%), monthly income Rp500,000-1,500,000 (44.29%)

Keywords: Consumer Preferences, Consumption Patterns, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Preferensi, Pola Konsumsi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Minuman Kopi di Katama Coffee and Space Bandar Lampung

Oleh

Fito Sailendra

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk (harga, rasa, varian rasa, ukuran kemasan), pola konsumsi, tingkat kepuasan terhadap produk dan layanan, serta hubungan karakteristik responden dengan tingkat kepuasan konsumen minuman kopi di KATAMA Coffee and Space Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei, data primer dikumpulkan dari 70 responden konsumen menggunakan kuesioner yang telah lulus uji validitas (r hitung $>$ r tabel) dan reliabilitas (Cronbach Alpha $>$ 0,6). Analisis dilakukan dengan metode *conjoint analysis* untuk preferensi, analisis deskriptif kuantitatif untuk pola konsumsi, *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk kepuasan, dan uji korelasi *Rank Spearman* untuk hubungan karakteristik. Hasil penelitian menunjukkan preferensi konsumen tertinggi pada kombinasi aroma sangat harum, rasa kuat, varian Butterscotch Latte, dan tempat dengan fasilitas lengkap (*utility* tertinggi 4,007), dengan tingkat kepentingan relatif, varian rasa (32,711%), aroma (31,198%), tempat (22,121%), rasa (13,970%). Pola konsumsi didominasi pembelian 1 Butterscotch Latte per kunjungan (frekuensi 1 kali/minggu), dilakukan malam hari ($>$ 19:00 WIB), durasi 1-2 jam, dengan tujuan bersantai bersama teman/keluarga. Tingkat kepuasan konsumen mencapai CSI 78,83% (kategori puas), dengan skor tertinggi pada kebersihan tempat (WS 61,79) dan terendah pada ketersediaan parkir. Uji Rank Spearman menunjukkan hubungan signifikan ($\text{sig.} < 0,05$) antara pekerjaan ($r=0,025$), pendapatan ($r=0,039$) dengan tingkat kepuasan, sedangkan jenis kelamin, pendidikan dan umur tidak signifikan. Karakteristik responden mayoritas perempuan (58,57%), usia 17-25 tahun (94,28%), mahasiswa (84,29%), pendapatan Rp500.000-1.500.000/bulan (44,29%).

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Pola Konsumsi, Preferensi Konsumen