

ABSTRACT

ANALYSIS OF HEDONIC VALUE TO CUSTOMER SATISFACTION COFFEE SHOP IN BANDAR LAMPUNG

By

PAKSI WIDYANTORO

This study aims to to analyze the influence of hedonic value to customer satisfaction. Independent variable consisting of Feeling (x1).Fantasy (x2), Pleasure (x3),Senses (x4). Dependent variable in this research was customer satisfaction coffee shop in Bandar Lampung. Sample were 67 respondents. Analysis done with data processing using SPSS Version 16.0 executed by computer media. Based on the results of the study that has been done , got that fantasy and senses significant to customer satisfaction. While variable feelings and pleasure influential not significant . The results of the F is $F_{count} > F_{table}$, mean there are influence simultaneous or together between feeling, fantasy, pleasure, and senses to customer satisfaction coffee shop in Bandar Lampung.

Keyword : behavior customer , hedonic value , customer satisfaction

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH *HEDONIC VALUE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

PAKSI WIDYANTORO

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai hedonik terhadap kepuasan konsumen. Variabel independen pada penelitian ini adalah Perasaan (X1), Fantasi (X2), Kesenangan (X3), Pancaindera (X4). Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen *coffee shop* di Bandar Lampung. Sampel berjumlah 67 responden. Analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *SPSS versi 16.0* yang dijalankan dengan media computer. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa fantasi dan pancaindera berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel perasaan dan kesenangan berpengaruh tidak signifikan. Sedangkan hasil uji f adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya ada pengaruh yang simultan atau bersama-sama antara perasaan, fantasi, kesenangan, dan pancaindera terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* di Bandar Lampung.

Kata Kunci : perilaku konsumen, nilai hedonik, kepuasan konsumen