

ABSTRACT

CONSUMER SATISFACTION AND LOYALTY ON PURCHASING DONUTS AT J.CO DONUTS AND COFFEE IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

Dwina Chairunnisa

This study aims to determine the characteristics, patterns of purchase, the level of consumer satisfaction and loyalty on purchasing donuts at J.CO Donuts and Coffee in Bandar Lampung City. This study used a survey method in two J.CO Donuts and Coffee outlets which were at Boemi Kedaton Mall and Chandra Super Store. Data collection was carried out from May to June 2019 which involved 53 randomly selected consumers. The analytical tool used is the Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA) and the loyalty pyramid. The results showed that the majority of consumer characteristics (66.03%) were women who were in the 18-26 years age group. The highest level of consumer income is IDR 15,000,000.00 per month and the lowest is IDR 400,000.00 per month and the average income is IDR 2,026,037.74 per month. The majority of consumers (56.60%) have completed education equivalent to high school. Most of consumers (50.94%) are student in university. The value of CSI is 78.15 percent or satisfactory. Based on the analysis of the level of importance and performance, the study shows that the most of dominant quadrant is quadrant II (maintaining performance) which contains attributes of taste, variant of taste, texture, and ease of obtaining. The most purchased donut package (49.00%) was a 12-donut package, with coco loco flavor is the most preferred (37.73%). Most consumers (73.58%) purchase donuts once a month. The majority of J.CO Donuts and Coffee consumers fall into the category of committed buyers.

Keywords : consumer, donuts, loyalty, satisfaction

ABSTRAK

KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DONAT PADA J.CO DONUTS AND COFFEE DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Dwina Chairunnisa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik, pola pembelian, tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian donat pada J.CO Donuts and Coffee di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei di dua gerai J.CO Donuts and Coffee yaitu di Mall Boemi Kedaton dan Chandra Super Store. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Mei hingga bulan Juni 2019 yang melibatkan 53 konsumen yang dipilih secara acak. Alat analisis yang digunakan adalah Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA) dan piramida loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen yaitu mayoritas (66,03%) adalah perempuan yang berada pada kelompok usia 18-26 tahun. Tingkat pendapatan konsumen yang tertinggi yaitu sebesar Rp15.000.000,00 per bulan dan yang terendah yaitu Rp400.000,00 per bulan dan pendapatan rata-rata sebesar Rp2.026.037,74 per bulan. Mayoritas konsumen (56,60%) memiliki tingkat pendidikan terakhir setara SMA. Sebagian besar konsumen merupakan mahasiswa (50,94%). Nilai CSI diperoleh sebesar 78,15 persen atau berada pada tingkat puas. Berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan kinerja, kuadran yang paling dominan adalah kuadran II (pertahankan prestasi) yang memuat atribut rasa, varian rasa, tekstur dan kemudahan memperoleh. Paket donat yang paling banyak dibeli (49,00%) adalah paket 12 donat, dengan varian rasa yang paling banyak diminati adalah coco loco (37,73%). Mayoritas frekuensi pembelian oleh konsumen sebanyak sekali dalam sebulan (73,58%). Mayoritas konsumen J.CO Donuts and Coffee termasuk ke dalam kategori committed buyer.

Kata kunci : konsumen, donat, loyalitas, kepuasan