

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY TO NYALA ROASTERY IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

**ANGGRAINI**

*This study aims to analyze the level of customer satisfaction of Nyala Roastery's products and services and to measure the level of consumer loyalty in Nyala Roastery. The population of the research is 27 coffee shop who make purchases at Nyala Roastery. The sampling method used is census with all population taken as the research sample. Data collection was carried out from November 2021 to January 2022. The data was analyzed by servqual analysis, level of conformity analysis, importance performance analysis (IPA) analysis, and brand loyalty analysis. The results showed that (1) The result of servqual analysis and level of conformity analysis showed that coffee shop as Nyala Roastery's consumer quite satisfied with the product quality. Top priority attributes for improvement are attributes of coffee having a strong body, coffee taste having character, coffee having a sweet taste and drinking coffee makes it more comfortable, (2) The result of servqual analysis and level of conformity analysis showed that coffee shop as Nyala Roastery's consumer quite satisfied with the service quality. Top priority attributes for improvement are attributes of physical appearance from roastery, polite and friendly baristas in serving consumers, and baristas serve consumers regardless of social status, (3) The result of loyalty analysis showed that Nyala Roastery's consumer classified as loyal consumer with 66,67 % committed buyer.*

*Key words: consumers, loyalty, satisfied, service quality.*

## ABSTRAK

### ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS COFFEE SHOP TERHADAP NYALA ROASTERY DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

ANGGRAINI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Nyala Roastery serta mengukur tingkat loyalitas konsumen Nyala Roastery. Populasi penelitian ini adalah 27 *coffee shop* yang membeli di Nyala Roastery. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sensus dengan sampel jenuh yaitu seluruh populasi menjadi sampel penelitian. data dilakukan pada bulan November 2021 sampai Januari 2022. Data dianalisis dengan analisis *servqual*, analisis tingkat kepuasan, analisis *importance performance analysis* (IPA), dan analisis *brand loyalty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: ((1) Hasil uji analisis *servqual* dan analisis tingkat kesesuaian menunjukkan bahwa *coffee shop* sebagai konsumen cukup puas terhadap kinerja Nyala Roastery pada kualitas produk. Analisis IPA atribut-atribut yang menjadi prioritas untuk perbaikan meliputi atribut kopi memiliki rasa yang kuat, rasa kopi memiliki karakter, kopi memiliki rasa manis, dan minum kopi membuat lebih nyaman, (2) Hasil uji analisis *servqual* dan analisis tingkat kesesuaian menunjukkan bahwa *coffee shop* sebagai konsumen cukup puas terhadap kinerja Nyala Roastery pada kualitas pelayanan. Analisis IPA atribut-atribut yang menjadi prioritas untuk perbaikan meliputi atribut penampilan fisik roastery, barista yang sopan dan ramah dalam melayani konsumen, barista melayani konsumen tanpa memandang status sosial, (3) Hasil analisis loyalitas menunjukkan bahwa konsumen Nyala Roastery dikategorikan loyal dengan nilai *committed buyer* sebesar 66,67 persen.

Kata kunci: konsumen, loyalitas, kepuasan, kualitas pelayanan