

## **ABSTRACT**

### ***Consumption Pattern, Satisfaction and Loyalty on The Purchase of Luwak White Koffie at Angkringan Coffe Shops Bandar Lampung City***

**By**

**Triana Herli Gustini**

*This study aims to determine consumption patterns, satisfaction and consumer loyalty in purchasing Luwak White Koffie in Bandar Lampung. The location for this research was the angkringan coffe shop PKOR Way Halim, Teuku Umar Kedaton street, and Taman Gajah Saburai. The total sample is 60 people selected by the probability sampling method which was carried by means of multistage random sampling. Research data were analyzed using descriptive analysis methods, Customer Satisfaction Index (CSI) and Customer Loyalty Index (CLI). The results showed that the consumption of Luwak White Koffie consumers in the last month was 6.23 sachets. The consumption frequency of Luwak White Koffie consumers in angkringan coffee shops is 2.37 times/month and at home 3.87 times/month. The flavors that consumers like the most are the original vanilla flavors. Most consumers of Luwak White Koffie consume coffee at night. The purpose or reason for consumers consuming Luwak White Koffie is to like the taste. The reason consumers choose to buy or consume Luwak White Koffie at angkringan coffee shops is purely coincidental with the assumption that consumers accidentally visit an angkringan coffee shop and consumers drink Luwak White Koffie because consumers like the taste of the coffee. Luwak White Koffie consumer satisfaction is in the very satisfied category with a CSI value of 81.46. The condition of Luwak White Koffie consumer loyalty is in the loyal category with a CLI value of 77.43. Consumers will make repeated purchases of Luwak White Koffie.*

*Key words: consumption pattern, customer behavior, loyalty, satisfaction.*

## ABSTRAK

### **POLA KONSUMSI, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN LUWAK WHITE KOFFIE DI WARUNG KOPI ANGKRINGAN KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**Triana Herli Gustini**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola konsumsi, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian Luwak White Koffie di Bandar Lampung. Tempat penelitian ini di warung kopi angkringan PKOR Way Halim, Jalan Teuku Umar Kedaton, dan Taman Gajah Saburai. Jumlah sampel sebanyak 60 orang yang dipilih dengan metode *probability sampling* yang dilakukan dengan cara *multistage random sampling*. Data penelitian dianalisis dengan metode analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Customer Loyalty Index* (CLI). Hasil penelitian menunjukkan jumlah konsumsi konsumen Luwak White Koffie dalam jangka waktu sebulan terakhir yaitu 6,23 sachet. Frekuensi konsumsi konsumen Luwak White Koffie di warung kopi angkringan 2,37 kali/bulan dan di rumah 3,87 kali/bulan. Varian rasa yang banyak disukai oleh konsumen adalah rasa original. Sebagian besar konsumen Luwak White Koffie mengonsumsi kopi di waktu malam hari. Tujuan atau alasan konsumen mengonsumsi Luwak White Koffie yaitu suka dengan rasa. Alasan konsumen memilih membeli atau mengonsumsi Luwak White Koffie di warung kopi angkringan adalah karena kebetulan saja dengan asumsi bahwa konsumen secara kebetulan mengunjungi warung kopi angkringan dan konsumen meminum Luwak White Koffie karena konsumen suka dengan rasa kopi tersebut. Kepuasan konsumen Luwak White Koffie berada pada kategori sangat puas dengan nilai CSI sebesar 81,46. Kondisi loyalitas konsumen Luwak White Koffie berada pada kategori loyal dengan nilai CLI 77,43. Konsumen akan melakukan pembelian secara berulang terhadap Luwak White Koffie.

Kata kunci: Kepuasan, kopi, loyalitas konsumen, pola konsumsi.