

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION WITH CONVENTIONAL AND ONLINE MARKETING OF COFFEE DRINKS AT DOESOEN COFFEE & SPACE BANDAR LAMPUNG

BY

Moh. Daffa AP Hernanda

This research aims to determine consumer satisfaction with the conventional and online marketing of coffee drinks Doesoen Coffee & Space Bandar Lampung. This research was conducted using survey method. Data collection was carried out from July to August 2023 involving 64 divided into 32 conventional respondents and 32 online respondents determined through non-probability sampling techniques, namely purposive sampling. The analysis tools used are Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The attributes used include all seven elements (7P) of the conventional marketing mix, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, and the five elements (5P) of the online marketing mix, namely e-product, e-price, e-process, e-place, and promotion. Consumers feel very satisfied with conventional marketing and online marketing at Doesoen Coffee & Space. Conventional marketing attributes that need to be improved are the attributes of affordability and employee responsiveness to consumer complaints. The online marketing attributes that need to be improved are the attributes of physical reality, clarity of product appearance, and consumer information protection.

Key words: Coffee drinks, Conventional, CSI, IPA, Online

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMASARAN KONVENSIONAL DAN *ONLINE* MINUMAN KOPI DI DOESOEN *COFFEE & SPACE* BANDAR LAMPUNG

OLEH

Moh. Daffa AP Hernanda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pemasaran konvensional dan *online* minuman kopi Doesoen *Coffee & Space* Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan pada Juli hingga Agustus 2023 dengan melibatkan 64 konsumen yang terbagi menjadi 32 responden konvensional dan 32 responden *online* yang ditentukan melalui teknik *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Atribut yang digunakan mencakup tujuh elemen (7P) dari bauran pemasaran konvensional yaitu produk, harga, tempat, promosi, SDM, proses, serta bukti fisik, dan lima elemen (5P) dari bauran pemasaran *online* yaitu *e-product*, *e-price*, *e-process*, *e-place*, serta *promotion*. Konsumen Doesoen *Coffee & Space* berada pada kategori sangat puas baik pada pemasaran konvensional maupun pemasaran *online*. Atribut-atribut pemasaran konvensional yang perlu ditingkatkan yaitu atribut keterjangkauan harga dan ketanggapan karyawan terhadap keluhan konsumen. Atribut-atribut pemasaran *online* yang perlu ditingkatkan adalah atribut kenyamanan fisik, kejelasan tampilan produk, serta perlindungan informasi konsumen.

Kata kunci: CSI, IPA, Konvensional, Minuman kopi, *Online*