

ABSTRACT

CONSUMER BEHAVIOR OF COFFEE DRINKS IN QALU COFFEE BANDAR LAMPUNG

By

Linda Riyanti

This research aims to determine the behavior of coffee beverage consumers at Qalu Coffee. The research method is a survey. The number of respondents in this research is 60 people. Data collection was carried out in November-December 2023. The data in this research was analyzed quantitatively descriptively using Fishbein's multiattribute model, Customer Satisfaction Index (CSI), loyalty pyramid, and multiple linear regression. The results showed that consumer attitudes towards Qalu Coffee drinks were in good category. The average number of consumer purchases is 2 cups with the number of purchases per visit as much as 1 cup, the average frequency of purchases is 2 times/month. The most purchased coffee drink flavor variant is Qopsu Aren, and most consumers come at night to hang out, the most consumer visit time is between 3-4 hours, and the most widely used vehicle is motorcycle. Consumer satisfaction toward Qalu Coffee drinks is in the very satisfied category. Consumer loyalty to Qalu coffee drinks is quite good in which the greatest value at the level of liking the brand. Factors that have a real influence on the number of purchases are the price of non-coffee drinks, income and taste.

Keywords: attitude, coffee, loyalty, purchase, satisfaction

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN MINUMAN KOPI DI QALU COFFEE KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Linda Riyanti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen minuman kopi di Qalu Coffee. Metode dalam penelitian ini adalah metode survei dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Pengumpulan data dilakukan pada Bulan November-Desember 2023. Data penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan model multiatribut *Fishbein*, *Customer Satisfaction Index* (CSI), piramida loyalitas dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen terhadap minuman kopi Qalu Coffee berada pada kategori baik. Rata-rata jumlah pembelian sebanyak 2 *cup*/bulan dengan jumlah pembelian per kunjungan sebanyak 1 *cup*, rata-rata frekuensi pembelian sebanyak 2 kali/bulan. Varian rasa minuman kopi yang paling banyak dibeli adalah Qopsu Aren, sebagian besar konsumen datang di malam hari dengan tujuan untuk nongkrong dengan waktu kunjungan konsumen terbanyak antara 3-4 jam, dan kendaraan yang paling banyak digunakan adalah sepeda motor. Kepuasan konsumen minuman kopi Qalu Coffee berada pada kategori sangat puas. Loyalitas konsumen terhadap minuman kopi Qalu cukup baik dengan nilai terbesar pada tingkat *liking the brand*. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap jumlah pembelian adalah harga minuman non-kopi, pendapatan dan selera.

Kata kunci: kepuasan, kopi, loyalitas, pembelian, sikap