

ABSTRACT

Decision Making, Behavior and Satisfaction of Coffee Drink Consumers at Benefit Coffee in Bandar Lampung City

By

ANISSA INDAH RIAN TI

This research aims to determine the behavior of consumers of coffee drink at Benefit Coffee using the survey method and involving 68 respondents. Data collection was carried out in February 2025 and analyzed descriptively and quantitatively using the Fishbein multiattribute model, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Spearman Rank and factor analysis. The results showed that the main purpose of visiting Benefit was to find a place to relax, with the motivation to try various flavors of Benefit coffee. Consumers obtain product information through friend recommendations that influence their decision to try. Consumer attitudes when the desired product runs out are to choose other flavors as an alternative. Consumers tend to plan purchases with the main consideration of coffee flavor. Most consumers are satisfied and interested in making repeat purchases. Consumer attitudes towards Benefit Coffee coffee drinks are in a fairly good category. Consumer satisfaction with Benefit Coffee coffee drinks is in the satisfied category. There is a significant relationship between age and consumer income and consumer attitudes. There are two dominant factors affecting customer satisfaction, namely individual characteristics component and the expenses component of coffee beverage consumption.

Keywords: Behavior, Coffee, Decision-making, Satisfaction

ABSTRAK

Pengambilan Keputusan, Sikap dan Kepuasan Konsumen Minuman Kopi di Benefit Coffee Kota Bandar Lampung

Oleh

ANISSA INDAH RIAN TI

Penelitian ini bertujuan mengetahui perilaku konsumen minuman kopi di Benefit Coffee dengan menggunakan metode survei dan melibatkan 68 responden. Pengumpulan data dilakukan pada Februari 2025 dan dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif menggunakan model multiatribut *Fishbein*, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), *Rank Spearman* dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan utama mengunjungi Benefit adalah mencari tempat untuk bersantai, dengan motivasi mencoba berbagai rasa dari kopi Benefit. Konsumen memperoleh informasi produk melalui rekomendasi teman yang memengaruhi keputusan mereka untuk mencoba. Sikap konsumen ketika produk yang diinginkan habis adalah memilih varian rasa lain sebagai alternatif. Konsumen cenderung merencanakan pembelian dengan pertimbangan utama rasa kopi. Sebagian besar konsumen merasa puas dan berminat untuk melakukan pembelian ulang. Sikap konsumen terhadap minuman kopi Benefit Coffee berada pada kategori cukup suka. Kepuasan konsumen terhadap minuman kopi Benefit Coffee berada pada kategori puas. Terdapat hubungan yang signifikan antara usia dan pendapatan konsumen dengan sikap konsumen. Terdapat dua faktor dominan yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu komponen karakteristik individu dan komponen pengeluaran konsumsi minuman kopi.

Kata kunci: Kepuasan, Kopi, Pengambilan keputusan, Sikap