

ABSTRAK

SIKAP, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI BUBUK CAP BOLA DUNIA DAN CAP JEMPOL DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Desti Rama Danti

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis sikap, kepuasan dan loyalitas konsumen kopi terhadap pembelian kopi bubuk cap Bola Dunia dan kopi cap Jempol di Kota Bandar Lampung. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2022 hingga bulan Januari 2023. Penelitian ini menggunakan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 55 responden yang dipilih menggunakan metode *accidental sampling*. Sikap konsumen dianalisis menggunakan *Multiatribut Fishbein*. Tingkat kepuasan konsumen dianalisis menggunakan model *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Tingkat loyalitas konsumen dianalisis menggunakan piramida loyalitas. Sikap konsumen terhadap kopi bubuk Cap Bola Dunia dan Cap Jempol berada pada kategori baik. Tanggal kadaluarsa dan rasa adalah atribut yang paling disukai oleh konsumen. Kepuasan konsumen kopi bubuk Cap Bola Dunia dan Cap Jempol berada pada kategori sangat puas. Nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh kopi bubuk Cap Bola Dunia sebesar 83,69% dan nilai CSI Cap Jempol sebesar 84,19%. Loyalitas konsumen kopi bubuk Cap Bola Dunia dan Cap Jempol sudah cukup baik. Konsumen kopi bubuk Cap Bola Dunia adalah konsumen loyal dengan tingkatan loyalitas *satisfied buyer* sebesar 83,64%. Konsumen kopi bubuk Cap Jempol adalah konsumen loyal dengan tingkatan loyalitas *satisfied buyer* sebesar 83,63%.

Kata kunci : kepuasan, kopi, loyalitas, sikap

ABSTRACT

ATTITUDE, SATISFACTION, AND CONSUMERS LOYALTY OF CAP BOLA DUNIA AND CAP JEMPOL COFFEE POWDER CONSUMERS IN BANDAR LAMPUNG CITY

By :

Desti Rama Danti

This research aims to analyze consumer attitudes, satisfaction, and loyalty towards the purchase of Bola Dunia and Jempol ground coffee in Bandar Lampung City. Data collection took place from December 2022 to January 2023. This research employed a survey method. The sample consisted of 55 respondents chosen through accidental sampling. Consumer attitudes were analyzed using the Multi-attribute Fishbein model, while satisfaction levels were assessed using the Customer Satisfaction Index (CSI) model. Consumer loyalty was evaluated using the loyalty pyramid. Overall, consumer attitudes towards Bola Dunia and Jempol ground coffee were rated positively. The expiration date and taste were the most favored attributes. Satisfaction with both brands was rated as very high, with a CSI of 83.69% for Bola Dunia and 84.19% for Jempol. Loyalty levels for both brands are considered good, with Bola Dunia consumers being categorized as loyal, achieving a satisfied buyer loyalty level of 83.64%, and Jempol consumers also classified as loyal, with a level of 83.63%.

Keywords: attitude, coffee, loyalty, satisfaction