

ABSTRACT

Preferences, Consumption Patterns and Consumer Satisfaction of Instant Coconut Milk in The Modern Market of Bandar Lampung City

By

NIZKA KANIA

This research aims to determine preferences, consumption patterns and satisfaction consumers in purchasing instant coconut milk in the modern market of Bandar Lampung City. The location selection was carried out purposively and the number of respondents for this research were 60 people selected using the accidental sampling method. Data collection was carried out in February 2025. Data research was analyzed using conjoint analysis, quantitative descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The research results show that consumer preferences are based on a combination of attributes Instant coconut milk with a sharp and distinctive aroma, measuring 65 ml, has an expiration date of > 3 months, and a coconut milk composition of $\geq 85\%$. The instant coconut milk brands that consumers buy most often are Sasa and Kara, namely 21 (35%), in the last month there were 29 respondents (48,33%) who consumed 65 ml instant coconut milk. The highest consumer frequency was 2 times per month in the last month, as many as 25 respondents (41.67%). Instant coconut milk consumer satisfaction is in the satisfied category with a CSI value of 75.40 percent. The attributes that need to be improved in instant coconut milk are aroma, nutritional value, and price.

Key words: consumption pattern, customer satisfaction, instant coconut milk, preference

ABSTRAK

Preferensi, Pola Konsumsi, dan Kepuasan Konsumen Santan Instan di Pasar Modern Kota Bandar Lampung

Oleh

NIZKA KANIA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi, pola konsumsi dan kepuasan konsumen dalam pembelian santan instan di pasar modern Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dan jumlah responden penelitian ini adalah 60 orang yang dipilih dengan metode accidental sampling. Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari 2025. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis konjoin, analisis deskriptif kuantitatif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan preferensi konsumen berada pada kombinasi atribut aroma yang tajam dan khas, berukuran 65 ml, memiliki tanggal kedaluwarsa > 3 bulan, dan komposisi santan $\geq 85\%$. Merek santan instan yang paling sering dibeli konsumen adalah Sasa dan Kara yaitu 21 responden (35%), dalam sebulan terakhir terdapat 29 responden (48,33%) yang mengonsumsi santan instan berukuran 65 ml. Frekuensi konsumen tertinggi adalah 2 kali per bulan dalam sebulan terakhir yaitu sebanyak 25 responden (41,67%). Kepuasan konsumen santan instan berada pada kategori puas dengan nilai CSI sebesar 75,40 persen. Atribut yang perlu ditingkatkan pada santan instan adalah aroma, nilai gizi, dan harga.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, pola konsumsi, preferensi, santan instan