

ABSTRACT

ANALYSIS OF SATISFACTION AND LOYALTY OF RICE CONSUMERS BRAND BALAP IN BALIK BUKIT SUB-DISTRICT WEST LAMPUNG DISTRICT

By

YUDA DINATA

This study aims to determine consumer satisfaction, consumer loyalty, and the relationship between satisfaction and consumer loyalty for Cap Balap rice in Balik Bukit District. The research location was determined purposively, considering that Toko Mandiri is a store that sells Cap Balap rice in a strategic location close to the center of activity. The total sample size for this study was 40 households that met the criteria. The research data was analyzed using descriptive quantitative methods, including the Customer Satisfaction Index (CSI), loyalty pyramid, and Spearman's rank correlation. The results of the study indicate that the level of consumer satisfaction with Beras Cap Balap falls into the "satisfied" category, with a Customer Satisfaction Index (CSI) value of 76.25 percent. Consumer loyalty toward Beras Cap Balap in Balik Bukit Subdistrict shows that consumers of Beras Cap Balap fall into the loyal category, although the committed buyer value (80.00%) is lower than the liking the brand value (82.5%). Customer satisfaction is positively and significantly related to customer loyalty in the categories of satisfied buyers, liking the brand, and committed buyers. The relationship between satisfaction and loyalty in the satisfied buyer category is not strong, but in the liking the brand and committed buyer categories, the relationship is quite strong. However, there is no significant relationship between customer satisfaction with Beras Cap Balap and customer loyalty in the switcher buyer and habitual buyer categories.

Keywords: rice, satisfaction, loyalty, correlations

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN BERAS CAP BALAP DI KECAMATAN BALIK BUKIT KABUPATEN LAMPUNG BARAT

Oleh

YUDA DINATA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan hubungan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen Beras Cap Balap di Kecamatan Balik Bukit. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa Toko Mandiri merupakan toko yang menjual Beras Cap Balap dengan lokasi yang cukup strategis dan dekat dengan pusat keramaian. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 Rumah Tangga (RT) yang telah memenuhi kriteria. Data penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI), piramida loyalitas dan korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Beras Cap Balap pada kategori "puas" dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 76,25 persen. Loyalitas konsumen Beras Cap Balap di Kecamatan Balik Bukit menunjukkan bahwa konsumen Beras Cap Balap termasuk dalam kategori loyal, walaupun nilai *committed buyer* (80,00%) lebih kecil dari nilai *liking the brand* (82,5%). Kepuasan konsumen berhubungan positif dan signifikan dengan loyalitas konsumen pada kategori *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*. Hubungan kepuasan dengan loyalitas pada kategori *satisfied buyer* berada pada kategori tidak erat, namun pada kategori *liking the brand* dan *committed buyer* menunjukkan hubungan pada kategori cukup erat. Akan tetapi, tidak ada hubungan signifikan antara kepuasan konsumen Beras Cap Balap dengan loyalitas konsumen pada kategori *switcher buyer* dan *habitual buyer*.

Kata kunci : beras, kepuasan, loyalitas, korelasi