

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP *COFFEE SHOP* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh: Parida

Ringkasan

Pengembangan spesies tanaman kopi yang sedang berlangsung di Provinsi Lampung berkontribusi pada produksi kopi provinsi yang terkenal itu. Lampung menghasilkan 118.13.000 metrik ton kopi pada tahun 2020. Kota Bandar Lampung adalah lokasi yang dipilih karena merupakan ibu kota provinsi dan kota terbesar di Lampung, menjadikannya episentrum geografis provinsi tersebut. Tiga kedai kopi Janji Jiwa, Kopi Kenangan, dan Kopi Ketje—berfungsi sebagai lokasi penelitian. Mengingat ada tiga kedai kopi di Kota Bandar Lampung, ketiga kedai ini memiliki cabang terbanyak. Selain itu, ketiga kedai kopi tersebut merupakan tujuan populer karena lokasinya yang strategis dan volume pelanggan yang tinggi. Penelitian ini dilakukan sepanjang bulan April dan Juni 2024. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan kedai kopi di Bandar Lampung; Menentukan karakteristik pelanggan kedai kopi di Bandar Lampung; Menilai kualitas barang dan jasa kedai kopi di Bandar Lampung. Itulah tujuan dari proyek akhir ini. Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari 69 responden dalam penelitian ini. Validitas, reliabilitas, ekspektasi dan kesesuaian kinerja (IPA), dan analisis tingkat kepuasan (CSI) merupakan metode analisis data yang digunakan. Rincian demografi pelanggan *Coffee Shop* Bandar Lampung mengungkapkan bahwa laki-laki yang tinggal di daerah tersebut dan berusia rata-rata 17 hingga 25 tahun merupakan pelanggan terbanyak. Mayoritas responden adalah mahasiswa dan berpenghasilan rata-rata antara satu juta hingga tiga juta Rupiah per bulan. Konsumen sangat senang, dengan peringkat kepuasan keseluruhan sebesar 89,32%, menurut studi CSI terhadap *Coffee Shop*. Atribut di kuadran I (Harga, Aroma, Desain) merupakan atribut yang perlu ditingkatkan, menurut temuan *Importance Performance Analysis* (IPA). Karakteristik di kuadran II—suasana, rasa, kemasan, dan harga—harus dipertahankan. Pada kuadran III prioritas rendah atribut yang berada pada kuadran ini merupakan atribut dengan prioritas perbaikan yang rendah, karena pelanggan beranggapan bahwa atribut tersebut tidak penting dan berpengaruh sangat kecil terhadap kepuasan pelanggan harapannya pelaku *Coffee Shop* dapat mempertahankan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain. Di kuadran IV, pelanggan memiliki harapan yang sederhana terhadap ciri-ciri tersebut tetapi sangat memuji pelaksanaan atribut tersebut saat diterapkan. Pada kuadran IV dikarenakan pelaksanaan kepuasan melebihi ekspektasi konsumen, sebaiknya tidak melewati standar prioritasnya.