

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN 7P PADA VSC COFFEE ROASTERY

Oleh

Muhammad Nabil Al Rasyid

215009092

Dosen Pembimbing:

Rina Nuryati

Enok Sumarsih

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia terhadap konsumsi kopi menyebabkan peningkatan permintaan masyarakat terhadap komoditas kopi beserta produk turunannya. Perubahan gaya hidup masyarakat terhadap konsumsi kopi menyebabkan meningkatnya jumlah kedai kopi. Kabupaten Tasikmalaya memiliki jumlah kedai kopi sebanyak 30 kedai kopi. Salah satu diantaranya yakni VSC Coffee Roastery. Kedai kopi ini melakukan upaya peningkatan pemasaran dengan diferensiasi produk dan layanan berupa adanya pengenalan, pembelajaran, penelitian, dan inovasi kepada konsumen mengenai kopi dan pengolahannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja serta tingkat kepuasan konsumen dengan pendekatan bauran pemasaran 7P. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode survei. Alat analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengurut tingkat kepentingan dan kinerja dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut bauran pemasaran 7P yakni, sebesar 95,57 dengan rata-rata tingkat kepentingan sebesar 3,54 serta rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,39 dan tingkat kepuasan konsumen sebesar 80,93 persen nilai tersebut berada pada rentang $75 \leq \text{CSI} \leq 100\%$ sehingga memiliki kriteria sangat puas.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Kedai Kopi

ABSTRACT

Customer Satisfaction Analysis With 7P Marketing Mix Approach at VSC Coffee Roastery

By

Muhammad Nabil Al Rasyid

215009092

Supervised By:

Rina Nuryati

Enok Sumarsih

The change in the lifestyle of Indonesian society towards coffee consumption has led to an increase in demand for coffee commodities and their derivative products. The change in lifestyle regarding coffee consumption has resulted in a rise in the number of coffee shops. Tasikmalaya Regency has a total of 30 coffee shops. One of the them is VSC Coffee Roastery. This coffee shop employs a marketing approach with product and service differentiation through introduction, education, research, and innovation to consumers regarding coffee and its processing. This study aims to analyze the alignment between interests and performance as well as the level of consumer satisfaction with the 7P marketing mix approach. The data used in this study is both primary and secondary. The method used in this study employs a survey method. The analytical tools used are Importance Performance Analysis (IPA) to measure the levels of importance and performance, and Customer Satisfaction Index (CSI) to measure consumer satisfaction. The results indicate that the average conformity level of all 7P marketing mix attributes is 95.57 with an average level of importance of 3.54 and an average level of performance of 3.39, and a consumer satisfaction level of 80.93 percent. These values fall within the range of $75 \leq \text{CSI} \leq 100\%$, thus having the criteria of being very satisfied.

Keywords: Marketing Mix, Customer Satisfaction, Coffee Shop