

# **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN KOPI KETJE DI BANDAR LAMPUNG DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA DAN CSI**

**Oleh:**

**PEBRI RAMADHANI  
1512110313**

## **ABSTRAK**

Kedai Kopi saat ini sedang berkembang pesat di Lampung. Kopi Ketje harus mampu bersaing dengan kedai lainnya yang berpotensi sama. Persaingan usaha yang ketat saat ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kopi Ketje merupakan salah satu tempat penjual kopi terbesar di Lampung, yang menjual berbagai macam jenis kopi. Dalam proses pemasaran kopi masih menggunakan cara konvensional yaitu melalui brosur, banner atau mulut ke mulut yang membutuhkan biaya dan proses yang cukup lama dalam menarik konsumen. Kopi ketje berdiri sejak 17 agustus 2017 walapun terbilang baru kedai ini terlihat lebih unggul dari para pesaingnya semakin banyaknya tempat penjual kopi yang memiliki potensi yang sama. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan penyebaran kuisioner dan jumlah responden yang berpartisipasi sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 84,45%. Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis (IPA) didapat nilai rata rata dari atribut harapan sebesar 7,60 dan kinerja sebesar 8,03.

Kata Kunci : ***Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Kepuasan konsumen.***

# **ANALYZING CONSUMER SATISFACTION THROUGH IPA AND CSI METHOD AT KOPI KETJE BANDAR LAMPUNG**

**By**

**PEBRI RAMADHANI  
1512110313**

## **ABSTRACT**

The recent intense business competition required companies to focus on the consumers' needs and desires. Coffee stalls were currently growing rapidly in Lampung. Kopi Ketje must be able to compete with the other coffee stalls. The company began changing the mindset from profit orientation towards the other potential factors e.g., customer interests and customer satisfaction. Kopi Ketje was one of the biggest coffee sellers that sold various types of coffee in Lampung. Kopi Ketje had been established since August 17<sup>th</sup>, 2017 and it was apparently superior to the other competitors. The processes of Kopi Ketje's coffee marketing used conventional methods e.g., brochures, banners, or word of mouth which required a long process and costs to attract consumers. The method used this research was a survey method. The data collecting technique used in this research was through distributing questionnaire. A number of respondents of this research were 100 respondents. The data analysis technique used in this research was through Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The result of this research was that the Customer Satisfaction Index (CSI) was 84.45%; moreover, the mean score of the Importance Performance Analysis (IPA) for '*expectation*' was 7.60 and for '*performance*' was 8.03.

**Keywords:** **Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Consumer Satisfaction**