

KEPUASAN KONSUMEN KAFE JANJI JIWA JILID 733

Dwi Febrini, Sugiyarto, Lestari Rahayu Waluyati

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada

*Email: dwifebrini00@mail.ugm.ac.id

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan menganalisis atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan kinerja Kafe Janji Jiwa Jilid 733. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berpartisipasi melalui kuesioner *Google form*. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan indikator tujuh bauran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah berada pada kriteria puas dengan nilai sebesar 78,22 persen dan atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah cita rasa (*product*), kesesuaian harga dengan kualitas (*price*), kenyamanan dan kebersihan lingkungan (*place*), tata ruang *outlet* (*physical evidence*), serta tempat ibadah yang nyaman (*physical evidence*).

Kata Kunci: kepuasan, kafe, pemasaran, CSI, IPA

CUSTOMER SATISFACTION OF JANJI JIWA JILID 733 CAFÉ

Dwi Febrini, Sugiyarto, Lestari Rahayu Waluyati

Bachelor of Agricultural Economics and Agribusiness

Faculty of Agriculture, Universitas Gadjah Mada

*Email: dwifebrini00@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the level of customer satisfaction and to analyze the priority attributes related to improving the performance of Janji Jiwa Jilid 733 Café. The location of the research is determined by using a purposive sampling method with a total sample of 100 respondents who participate via a Google form questionnaire. The methods used to analyze the data are the Customer Satisfaction Index (CSI) and the Importance Performance Analysis (IPA) with seven marketing mix indicators. The results show that consumers are in satisfied criteria with a score of 78.22 percent and the attributes as the top priority for improving its performance are taste (product), price-quality compatibility (price), the café cleanliness and comfort (place), layout of the café (physical evidence), as well as comfortability praying room (physical evidence).

Keywords: *satisfaction, cafe, marketing, CSI, IPA*