

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN 7P DI D'KENTHOS COFFEE SLEMAN YOGYAKARTA

INTISARI

D'Kenthos Coffee adalah kedai kopi lokal yang menjual minuman kopi dari biji salak. Dalam tahap pengembangannya, D'Kenthos Coffee menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan daya tariknya dan menjaga kualitas pelayanan agar dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat. Hal yang menjadi kendala bagi D'Kenthos Coffee yakni kegiatan pemasaran yang belum optimal dalam menarik perhatian konsumen dan menciptakan loyalitas. Tujuan dari penelitian ini yakni peninjauan terkait faktor-faktor yang mendorong kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran sehingga dapat digunakan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian dilakukan dengan tiga metode yakni *Customer Satisfaction Index*, *Customer Window Quadrant* dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori 'Puas' dengan nilai indeks kepuasan sebesar 78,22%. Atribut prioritas yang memerlukan perbaikan antara lain (1) Promosi yang dilakukan menarik, (2) Pencahayaan (*spotlighting*) toko kurang menciptakan kenyamanan saat berkunjung, (3) Desain dan tata letak toko menarik, (4) Penyajian makanan dan minuman yang menarik, (5) Pelayanan berjalan cepat. Beberapa usulan perbaikan dan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan antara lain (1) Peningkatan promosi melalui sosial media, (2) Melakukan kerja sama dengan penyedia jasa ATV dan Jeep, (3) Pemberian tirai pada area ruang duduk, (4) Melakukan penyusunan ulang terhadap tata letak meja dan kursi, (4) Menambahkan variasi topping untuk makanan dan minuman, dan (5) Mengoptimalkan proses pelayanan dan meningkatkan kualitas pelatihan pada barista.

Kata Kunci : Kedai kopi, kepuasan konsumen, kualitas, *csi*, *pgcv*, *customer window*

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION BASED ON THE 7PS MARKETING MIX AT D'KENTHOS COFFEE SLEMAN YOGYAKARTA

ABSTRACT

D'Kenthos Coffee is a local coffee shop that sells coffee drinks made from salak seeds. In its development stage, D'Kenthos Coffee faces challenges to improve its attractiveness and maintain service quality so that it can survive amidst intense competition. The obstacle for D'Kenthos Coffee is that marketing activities are not yet optimal in attracting consumers' attention and creating loyalty. The aim of this research is to review the factors that drive consumer satisfaction with the marketing mix so that it can be used to design the more effective marketing strategies. The research was conducted using three methods, namely Customer Satisfaction Index, Customer Window Quadrant and Potential Gain in Customer Value (PGCV). The research results show that the level of consumer satisfaction is in the 'Satisfied' category with a satisfaction index value of 78.22%. Priority attributes that require improvement including (1) Attractive promotions, (2) Store lighting (spotlighting) that does not create comfort when visiting, (3) Attractive store design and layout, (4) Attractive presentation of food and drinks, (5) Service run fast. Some proposed improvements and marketing activities that can be carried out including (1) Increasing promotions through social media, (2) Collaborating with ATV and Jeep service providers, (3) Providing curtains in the sitting room area, (4) Rearranging the layout location of tables and chairs, (4) Adding varieties of toppings for food and drinks, and (5) Optimizing the service process and improving the quality of training for baristas

Keywords: Coffee shop, customer satisfaction, quality, CSI, PGCV, customer window