

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN KUBIK KOFFIE DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**RANI PUSPITA**

**1110222016**



**Dosen Pembimbing**

**Pembimbing 1 : Ir. Zelfi Zakir, MSi.**

**Pembimbing 2: Lora Triana, SP. MM.**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2018**

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN KUBIK KOFFIE DI KOTA PADANG

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil konsumen Kubik Koffie, mendeskripsikan tahapan proses pengambilan keputusan konsumen dan menganalisa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Sampel responden dipilih dengan metode *accidental sampling*, dengan jumlah sebanyak 100 orang pengunjung Kubik Koffie. Tujuan pertama adalah mendeskripsikan profil konsumen dengan memberikan *quisioner* berdasarkan karakteristik demografi konsumen, tujuan kedua adalah dengan memberikan *quisioner* yang disusun berdasarkan tahapan proses pengambilan keputusan, sedangkan tujuan ketiga adalah dengan menganalisa kepuasan konsumen berdasarkan bauran pemasaran 7P dengan metode *importance performance analysis* (IPA) dan *customer satisfaction index* (CSI). Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa profil konsumen Kubik Koffie mayoritas berjenis kelamin laki-laki berumur 17 – 25 tahun, belum menikah, pendidikan terakhir SMA dan sarjana, bekerja sebagai mahasiswa dan pegawai swasta serta memiliki penghasilan antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Pada tujuan kedua dimulai dari tahap pengenalan masalah dengan alasan berkunjung untuk berkumpul bersama keluarga, teman atau rekan kerja. Tahap pencarian informasi konsumen mendapatkan informasi berasal dari teman atau rekan kerja. Informasi yang diketahui mengenai Kubik Koffie memiliki suasana tempat yang nyaman. Tahap pembelian, mayoritas konsumen yang berkunjung bersama teman-teman. Tahap evaluasi alternatif, secara umum Kubik Koffie memiliki kualitas yang sama baik dengan *coffee shop* sejenisnya. Tahap pasca pembelian, umumnya konsumen merasa puas, apabila terjadi kenaikan harga, konsumen memilih untuk tetap mengkonsumsi. Sedangkan tujuan ketiga pada metode IPA tingkat kinerja memiliki kategori baik dan tingkat kepentingan memiliki kategori sangat tinggi. Pada metode CSI, nilai yang didapatkan adalah 0,80 yang dikategorikan konsumen puas. Penulis menyarankan agar pihak Kubik Koffie melakukan perbaikan peningkatan atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah sedangkan tingkat kepentingannya tinggi.

Kata Kunci: kepuasan konsumen, karakter konsumen, kinerja, kepentingan

# **ANALYSIS OF KUBIK KOFFIE CONSUMER SATISFACTION IN PADANG CITY**

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to describe Kubik Koffie's consumer profile, to describe the stages of the consumer decision-making process and analyze customer satisfaction with the quality of service offered. The method used in this study is a case study method. Respondent samples were selected by accidental sampling method, with a total of 100 visitors to Kubik Koffie. The first purpose is to describe consumer profiles by giving questionnaires based on the demographic characteristics of consumers, and the second purpose is to provide a questionnaire based on the stages of the decision making process, while the third purpose is to analyze customer satisfaction based on 7P marketing mix with importance performance analysis (IPA) methods and customers satisfaction index (CSI). The results of the study concluded that the majority of Kubik Koffie consumer profiles are male aged 17-25 years, unmarried, the last high school and undergraduate education, working as students and private employees and having an income between Rp. 500,000 - Rp. 1,000,000. The second purpose starts from the problem recognition stage with the reason of visiting to gather with family, friends or colleagues. The information search stage of consumers getting information comes from friends or co-workers. The information known about Kubik Koffie has a comfortable atmosphere. The purchase stage, the majority of consumers visit Kubik Koffie with friends. In the alternative evaluation stage, in general Kubik Koffie has the same quality as the other coffee shops. The post-purchase stage, consumers are generally satisfied, if there is an increase in prices, consumers choose to continue to consume. While the third purpose in the IPA method, the performance level has a good category and the level of importance has a very high category. In the CSI method, the value obtained is 0.80 which is categorized as satisfied consumers. The author suggests Kubik Koffie to make improvements of attributes that have a low level of performance while the level of importance is high.

Keywords: customer satisfaction, consumer character, performance, importance