

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF KOPI KENANGAN

By Amelia Diah Ayu Mega Fransisca

Abstract

In the last decade, the growth of coffee shops in Indonesia has been very fast. Kopi Kenangan has emerged as one of the contemporary coffee shops with a very high growth rate. This study examines the effect of service quality, product quality, and brand image on consumer satisfaction by Kopi Kenangan. Using a non-probability sampling technique with purposive sampling, research questionnaires were distributed to 100 respondents through social media using the g-form. The software used to process the data is SmartPLS 3.0. Based on the results of data processing using Smart PLS, it can be seen that service quality has a positive and significant effect on customer satisfactions of 0.355, product quality have a positive and significant effect on customer satisfactions of 0.329, and brand image has a positive and significant effect on customer satisfactions of 0.279.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Kopi Kenangan*

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN KOPI KENANGAN

Oleh Amelia Diah Ayu Mega Fransisca

Abstrak

Dalam satu dekade terakhir, pertumbuhan kedai kopi di Indonesia sangat cepat. Kopi Kenangan muncul sebagai salah satu kedai kopi kekinian yang tingkat pertumbuhannya sangat tinggi. Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek pada kepuasan konsumen yang dilakukan Kopi Kenangan. Menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling, kuesioner penelitian dibagikan kepada sebanyak 100 responden melalui media sosial dengan menggunakan *g-form*. *Software* yang digunakan untuk mengolah data adalah SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil olah data menggunakan *Smart PLS* maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.355, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.329, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.279.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, dan Kopi Kenangan