

RINGKASAN

Bisnis kopi keliling di Purwokerto cukup berkembang pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi. *Mlaku Coffee* menjadi salah satu brand kopi keliling yang cukup populer di kota ini. Namun, pesatnya perkembangan bisnis serupa menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga berdampak pada penurunan jumlah penjualan. Oleh karena itu, pemahaman dan pengukuran tingkat kepuasan konsumen menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis karakteristik konsumen pada *Mlaku Coffee* Purwokerto; (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kopi pada *Mlaku Coffee* Purwokerto; dan (3) Mengetahui atribut apa saja yang menjadi prioritas utama oleh konsumen pada *Mlaku Coffee* Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung menggunakan kuesioner serta data sekunder yang diperoleh melalui literatur, buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu cita rasa, variasi menu, kemasan, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan. *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen *Mlaku Coffee*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen *Mlaku Coffee* adalah perempuan, berusia 18-24 tahun, memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat, berstatus pelajar/ mahasiswa dan memiliki penghasilan atau uang saku $\leq$ Rp 1.000.000 per bulan. Tingkat kepuasan konsumen tergolong puas dengan nilai CSI sebesar 76,79%. Diantara ketujuh variabel yang dinilai, pelayanan mendapat nilai rata-rata tertinggi kecepatan penyajian menjadi atribut dengan nilai paling memuaskan. Berdasarkan analisis IPA, atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki adalah rasa kopi stabil setiap penyajian dan ketersediaan ragam jenis minuman (kopi dan non kopi).

SUMMARY

The mobile coffee business in Purwokerto is growing rapidly along with the increasing public interest in coffee consumption. Mlaku Coffee is one of the most popular mobile coffee brands in the city. However, the rapid development of similar businesses has led to increasingly fierce competition, which has resulted in a decrease in sales. Therefore, understanding and measuring the level of customer satisfaction is very important. This study aims to: (1) Analyze consumer characteristics at Mlaku Coffee Purwokerto; (2) Analyze the level of consumer satisfaction with coffee products at Mlaku Coffee Purwokerto; and (3) Know what attributes are prioritized by consumers at Mlaku Coffee Purwokerto.

This research uses a survey method. The data used are primary data obtained through direct observation and interviews using questionnaires and secondary data obtained through literature, books, journals, previous research and the internet. The variables used in this study are taste, menu variety, packaging, price, location, promotion, and service. Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) are the methods used to analyze Mlaku Coffee's customer satisfaction.

The results showed that most of Mlaku Coffee's consumers are female, aged 18-24 years, have a high school / equivalent education, are students and have an income or pocket money $\leq$ Rp 1,000,000 per month. The level of consumer satisfaction is classified as satisfied with a CSI score of 76.79%. Among the seven variables assessed, the service has the highest average value, the speed of presentation being the attribute with the most satisfactory value. Based on IPA analysis, the attributes that need to be prioritized for improvement are the stable coffee taste of each serving and the availability of various types of drinks (coffee and non-coffee).