

Pengaruh bauran pemasaran dan citra merek kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan = The effect of marketing mix and brand image of coffee shop on customer satisfaction and customer loyalty

Kwon Yeonsang, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477483&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pasar kedai kopi berkembang secara global di Indonesia. Saat ini pasar kedai kopi di Indonesia didominasi oleh merek terbesar dan ternama yaitu Starbucks. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan citra merek kedai kopi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Survei dilakukan dengan responden terpilih yang telah mengunjungi kedai kopi setidaknya sekali dalam seminggu. Analisis regresi dilakukan dengan data yang dikumpulkan dari 174 responden. Temuan mengungkapkan bahwa faktor produk dan faktor harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi citra merek. Faktor orang dan faktor proses memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat terpengaruh oleh faktor harga. Studi ini memberikan dasar untuk strategi pemasaran bagi perusahaan yang akan meluncurkan atau menjalankan merek coffee shop di Jakarta, Indonesia.

ABSTRACT

Coffee shop market is growing globally and in Indonesia as well. Currently coffee shop market in Indonesia is dominated by a giant global chain coffee shop brand, Starbucks. The current study aims to find out the effect of marketing mix and brand image of coffee shop on customer satisfaction and customer loyalty. The survey was conducted with the purposively chosen customers who have visited coffee shop at least once a week. The regression analysis was performed with the data collected from 174 respondents. The findings revealed that product factor and price factor are important factors affecting the brand image. People factor and process factor had big effect on customer satisfaction. Customer loyalty was affected highly by price factor. This study provides the base for marketing strategy for companies that would launch or run coffee shop brand at Jakarta, Indonesia.