

Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan Minuman Kesehatan Ready-to-Drink dengan Metode Structural Equation Modeling dan Importance-Performance Analysis = Customer Satisfaction Improvement Strategy for Ready-to-Drink Health Drinks Using Structural Equation Modeling and Importance-Performance Analysis Approaches

Renata Early Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920564630&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada minuman kesehatan RTD khususnya Adem Sari Ching Ku serta perumusan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan untuk memperluas pangsa pasar Adem Sari Ching Ku. Data pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner untuk pengolahan data menggunakan metode covariance based-structural equation modeling (CB-SEM) dan dengan melakukan wawancara kepada ahli untuk menentukan nilai kepentingan dari setiap faktor yang akan dianalisis menggunakan importance – performance matrix. Berdasarkan hasil CB-SEM, didapatkan bahwa harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut importance – performance analysis, harga dan promosi merupakan indikator yang masuk ke dalam zona perbaikan. Oleh karena itu, dirumuskan empat rekomendasi strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Adem Sari Ching Ku, yaitu dengan kolaborasi dengan influencer, meluncurkan produk baru dengan varian rasa yang berbeda dan rendah gula, mengubah desain kemasan, dan membuat promo spesial melalui media sosial.

.....This study aims to determine what factors influence customer satisfaction in RTD health drinks, especially Adem Sari Ching Ku, and formulate recommendations for marketing strategies that can be implemented to expand the market share of Adem Sari Ching Ku. Data in this study were collected using a questionnaire for data processing using the covariance based-structural equation modeling (CB-SEM) method and by conducting interviews with experts to determine the importance of each factor to be analyzed using the importance - performance matrix. Based on the results of CB-SEM, it was found that price is the variable that has the most influence on customer satisfaction. Meanwhile, according to the importance - performance analysis, price and promotion are indicators that fall into the improvement zone. Therefore, four recommended strategies were formulated to increase customer satisfaction of Adem Sari Ching Ku, namely by collaborating with influencers, launching new products with different flavors and low sugar, changing the packaging design, and creating special promos through social media.