

ANGGI KEZIA BR MILALA. 2025. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pembelian Kopi di *Fore Coffee Shop* Seturan Yogyakarta. Di bawah arahan Ir. Indah Widowati, M.P.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat kepuasan konsumen di *Fore Coffee Shop* Seturan Yogyakarta; (2) menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Fore Coffee Shop* Seturan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus yang mengeksplorasi keistimewaan produk secara berkala dengan melakukan inovasi bertema unik. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan: (1) konsumen merasa puas dengan kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan di *Fore Coffee Shop* Seturan; (2) kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki skor pengaruh tertinggi yang menandakan bahwa mutu dan cita rasa produk menjadi perhatian utama bagi konsumen. Harga menunjukkan pengaruh paling rendah yang disebabkan oleh karakteristik demografis konsumen mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa dengan pendapatan yang terbatas. Implikasi penelitian ini adalah peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berpotensi mendorong pertumbuhan penjualan dan daya saing.

Kata Kunci: Harga, lokasi, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi.

ANGGI KEZIA BR MILALA. 2025. *The Factors Influencing Consumer Satisfaction in Coffee Purchases at Fore Coffee Shop Seturan Yogyakarta.* Supervised by Ir. Indah Widowati, M.P.

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the level of consumer satisfaction at Fore Coffee Shop Seturan Yogyakarta; (2) analyze the impact of product quality, price, promotion, location, and service quality on consumer satisfaction at Fore Coffee Shop Seturan Yogyakarta. This research employs a quantitative approach with a case study method that explores the uniqueness of the products periodically by implementing innovative themes. The sampling for this research was conducted using a non-probability sampling technique with an accidental sampling method. The respondents in this study consisted of 60 individuals. The analysis technique used are descriptive analyze and Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) utilizing the SmartPLS 4 application. The results indicate that: (1) consumers are satisfied with the product quality, price, promotion, location, and service quality at Fore Coffee Shop Seturan; (2) product quality, price, promotion, location, and service quality significantly influence consumer satisfaction. Product quality has the highest influence score, indicating that the quality and taste of the product are the primary concerns for consumers. Price shows the lowest influence, which is attributed to the demographic characteristics of the majority of consumers being students with limited income. Improving product quality and service at Fore Coffee Shop Seturan can enhance customer satisfaction, which has the potential to drive sales growth and competitiveness.

Keywords: *Consumer satisfaction, location, price product quality, promotion, service quality,.*