

FAKTOR PENENTU TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN KOPI PT. FORE COFFEE INDONESIA PADA MAHASISWA MAHASISWI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA FAKULTAS PSIKOLOGI

Rickcent Hartono¹ Nadila Putri² Vivi Garcia Junary³
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Fore Coffee Indonesia merupakan salah satu pelaku utama dalam industri kopi modern di Indonesia yang mengintegrasikan teknologi digital dengan pengalaman menikmati kopi berkualitas. Berdasarkan observasi awal, ditemukan fenomena di mana meskipun sebagian pelanggan merasa kurang puas terhadap produk Fore Coffee, ketidakpuasan tersebut tidak diiringi dengan perasaan puas terhadap pengalaman yang mereka peroleh. Akibatnya, banyak pelanggan yang enggan merekomendasikan produk ini kepada orang lain. Beberapa pelanggan mengungkapkan kekecewaan karena rasa kopi yang mereka terima tidak sesuai dengan ekspektasi, terutama dalam hal cita rasa yang khas dan konsistensi. Ketidakpuasan pelanggan Fore Coffee dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Penelitian ini menggunakan populasi yang terdiri dari seluruh mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia, dengan total sebanyak 587 mahasiswa. Sampel penelitian diambil menggunakan metode simple random sampling, dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 85 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Fore Coffee Indonesia. Hal yang sama juga ditemukan pada Kualitas Pelayanan, yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, Harga juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Fore Coffee Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan