

LOYALITAS KONSUMEN COFFEE SHOP DI KOTA CIREBON

Loyalitas konsumen merupakan kesetiaan konsumen untuk membeli/mengonsumsi produk dari suatu perusahaan secara terus menerus. Oleh karena itu semua perusahaan berupaya untuk dapat meraih loyalitas konsumen, agar pendapatan dan eksistensinya dapat terjamin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas konsumen coffee shop di Kota Cirebon dan dilaksanakan pada bulan Januari-April 2022. Desain penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif dan metodenya adalah survei. Populasi penelitian adalah konsumen coffee shop di Kota Cirebon yang jumlahnya tidak terhingga, oleh karenanya teknik penentuan jumlah sampel berdasarkan angka loading faktor sebesar 0,65 sehingga jumlah sampel ditetapkan sebesar 70 responden. Analisis data menggunakan instrumen Structural Equation Model (SEM) dengan aplikasi AMOS. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa loyalitas konsumen coffee shop di Kota Cirebon tergolong sedang dan indikator yang paling tinggi berkontribusi terhadap loyalitas konsumen tersebut adalah melakukan pembelian yang lebih banyak. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pelaku usaha coffee shop di Kota Cirebon pada khususnya dan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha coffee shop di kota lain dalam rangka meraih loyalitas konsumen.

Keywords

cirebon; coffee shop; indikator; loyalitas konsumen; sem-amos

Scientific field

Agribisnis

Primary author: Mr WACHDIJONO, Wachdijono (Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Cirebon)

Presenter: Mr WACHDIJONO, Wachdijono (Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Cirebon)

Session Classification: Seminar Pararel