

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud Matt Coffee Di Bondowosobertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk kopi Arbaika pada UD.Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso.Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di UD.Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso yang berjumlah sebesar 250 konsumen setiap bulannya.Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel terhadap responden (konsumen) yang pada saat penyebaran kuisioner berada di UD.Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso dan sedang melakukan pembelian.Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 60 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh variabel indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 indikator dikalikan dengan 10 ($6 \times 10 = 60$).Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.Alat analisis yang digunakan adalah *Customers Satisfaction Indeks(CSI)* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk dan jasa.Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian tingkat Jaminan layanan jasa dengan menggunakan alat analisis *Customers Satisfaction Index (CSI)*, menunjukkan bahwa kualitas produk sebagai dasar penentu tingkat kepuasan UD.Matt Coffee Ijen Bondowosoe telah dapat dipenuhi oleh adanya Kehandalan atau konsumen telah puas terhadap kualitas produk UD.Matt Coffee Ijen Bondowoso.Kualitas Produk kopi arabika UD.Matt Coffee Ijen Bondowoso mendapatkan penilaian puas oleh konsumen UD.Matt Coffee Ijen Bondowoso.

Kata Kunci: Kualitas Produk (Aroma, Acidity, Body, Flavour, dan Aftertaste)

ABSTRACT

This study entitled Analysis of Coffee Product Quality Against Consumer Satisfaction in Ud Matt Coffee in Bondowoso supports to analyze consumer satisfaction with the quality of Arbaika coffee products at UD. Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso. The population of this study is all consumers who make purchases at UD. Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso who receives 250 consumers every month. The sampling method in this study is purposive sampling, which is sampling of respondents (consumers) who at the time the distribution of the questionnaire was at UD. Matt Coffee Ijen Bondowosoe Ijen Bondowoso and is making a purchase. The number of samples in this study was determined by 60 respondents obtained from the number of indicator variables used in this study were 6 indicators multiplied by 10 ($6 \times 10 = 60$). The data used in this study consisted of primary data and secondary data. The analytical tool used is the Customer Satisfaction Index (CSI) which is used to get the level of customer satisfaction by looking at the importance of the attributes of products and services. The results showed that research on customer service satisfaction levels using customer satisfaction index (CSI), showed product quality as a basis for determining UD satisfaction levels. Matt Coffee Ijen Bondowosoe can be accepted by the presence or consumers are satisfied with the quality of UD products. Matt Coffee Ijen Bondowoso. Quality Arabica coffee products UD. Matt Coffee Ijen Bondowoso received appreciation from UD. Matt Coffee Ijen Bondowoso.

Keywords: Product Quality (Aroma, Acidity, Body, Flavor, and Aftertaste)

