

ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI TERHADAP PEMBELIAN KOPI ONDO LINTONG

(Studi Kasus: Kecamatan Lintong Nihuta, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara)

Wahyunita Sitinjak¹ Linda Reni Purba¹, Nella Erlita Damanik²

¹Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Simalungun Pematang Siantar

² Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Simalungun Pematang Siantar

Email: lucy88sitinjak@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap produk Kopi Ondo Lintong dan untuk mengevaluasi dampak kepuasan konsumen terhadap loyalitas mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei terhadap 30 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menerapkan Skala Likert, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Korelasi Pearson, dan Regresi Linier Sederhana. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi. Atribut yang dianggap paling memuaskan meliputi aroma kopi, cita rasa, kualitas biji kopi, dan pelayanan. Selain itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya menjaga kualitas produk dan pelayanan sebagai langkah untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Kopi Ondo Lintong Kecamatan Humbang Hasundutan

Abstract : This study aims to analyze consumer satisfaction and loyalty regarding the purchase of Kopi Ondo Lintong, as well as to investigate the impact of consumer satisfaction on consumer loyalty. Utilizing a quantitative approach, the research employs a survey method involving 30 respondents selected through purposive sampling. Data analysis is conducted using the Likert Scale, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Pearson Correlation, and Simple Linear Regression. The findings indicate that consumers demonstrate a high level of satisfaction and loyalty. The most gratifying attributes identified include the aroma of the coffee, flavor, quality of coffee beans, and service. Furthermore, consumer satisfaction has a positive and significant influence on consumer loyalty. These findings underscore the importance of maintaining product and service quality to foster consumer loyalty.

Keywords: Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty in Ondo Lintong Coffee of Humbang Hasundutan District

I. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian utama di Indonesia yang memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Kabupaten Humbang Hasundutan, khususnya Kecamatan Lintong Nihuta, dikenal sebagai kawasan penghasil kopi arabika yang

berkualitas tinggi. Perkembangan industri kopi lokal mengharuskan para pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen, sehingga mereka dapat bersaing efektif dalam pasar.

Tingkat kepuasan konsumen berfungsi sebagai indikator keberhasilan suatu produk dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, loyalitas konsumen menjadi aset yang sangat penting, karena dapat memastikan keberlanjutan bisnis dan meningkatkan daya saing produk. Kopi Ondo Lintong adalah salah satu produk kopi lokal yang memanfaatkan keunggulan cita rasa khas dari kopi Lintong. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen merujuk pada emosi positif atau negatif yang dirasakan setelah konsumen membandingkan performa suatu produk dengan ekspektasi mereka. Di sisi lain, loyalitas konsumen diartikan sebagai kesetiaan untuk terus melakukan pembelian secara berulang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk kualitas produk, kualitas layanan, harga, serta pengalaman saat melakukan pembelian. Loyalitas para konsumen dapat diukur melalui frekuensi pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan tingkat komitmen mereka terhadap produk. Penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya hubungan yang positif antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, khususnya

pada berbagai jenis produk kopi yang ada di Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lintong Nihuta, Kabupaten Humbang Hasundutan, yang terletak di Provinsi Sumatera Utara. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei.

Populasi yang diteliti mencakup seluruh konsumen Kopi Ondo Lintong, dengan sampel sebanyak 30 responden yang memenuhi kriteria berusia di atas 17 tahun dan memiliki pengalaman membeli atau mengonsumsi Kopi Ondo Lintong. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber literatur, jurnal akademik, dan lembaga terkait. Analisis

data dilakukan dengan menerapkan analisis deskriptif, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance-Performance Analysis (IPA), analisis Korelasi Pearson, serta Regresi Linier Sederhana.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden menunjukkan bahwa 60% dari total responden adalah laki-laki dan 40% perempuan. Rentang usia yang paling banyak adalah 26–35 tahun, dengan sebagian besar responden berprofesi sebagai petani.

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	18	60%
Perempuan	12	40%
Total	30	100%

Kelompok Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17–25 Tahun	8	26,7%
26–35 Tahun	10	33,3%
36–45 Tahun	7	23,3%
>45 Tahun	5	16,7%
Total	30	100%

Hasil dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa atribut-atribut seperti aroma khas kopi Lintong, cita rasa kopi, kualitas biji kopi, dan pelayanan dari penjual menerima penilaian yang sangat positif dari konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara itu, terdapat beberapa atribut yang memerlukan perbaikan, yaitu harga produk, kebersihan lokasi penjualan, ketersediaan produk, dan kecepatan pelayanan. Perbaikan pada aspek-aspek ini dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

No	Atribut Produk	Kepentingan (Y)	Kinerja (X)	Kesesuain %
1	Aroma kopi khas Lintong	4,80	4,50	93,75
2	Cita rasa kopi	4,90	4,60	93,88
3	Kualitas biji kopi	4,75	4,40	92,63
4	Harga produk	4,60	4,10	89,13
5	Kemasan produk	4,20	3,80	90,48
6	Kebersihan tempat penjualan	4,55	4,00	87,91
7	Pelayanan penjual	4,70	4,30	91,49
8	Ketersediaan produk	4,40	3,90	88,64
9	Kecepatan pelayanan	4,35	3,85	88,51
10	Lokasi penjualan mudah dijangkau	4,10	4,20	102,44

Berdasarkan analisis Customer Satisfaction Index (CSI), tingkat kepuasan konsumen tergolong tinggi. Selain itu, loyalitas konsumen juga berada dalam kategori yang tinggi, yang terlihat dari kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change
					R Square Change	F Change	df1	df2	
1	.981 ^a	.963	.962	.626	.963	735.695	1	28	.000

Hasil analisis korelasi Pearson mengindikasikan terdapat hubungan positif antara kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian melalui analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas mereka. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan tingkat kepuasan pelanggan berbanding lurus dengan peningkatan loyalitas mereka terhadap Kopi Ondo Lintong.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian mengenai konsumen Kopi Ondo Lintong di Kecamatan Lintong Nihuta menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen tergolong tinggi. Para konsumen menghargai aroma khas, cita rasa, kualitas biji kopi, serta pelayanan yang sesuai harapan. Tingkat loyalitas konsumen juga tinggi, tercermin dari pembelian ulang yang konsisten, keinginan untuk merekomendasikan produk, dan preferensi terhadap Kopi

Ondo Lintong dibandingkan dengan pesaing. Analisis menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dan loyalitas, dengan nilai signifikansi sebesar 96,3%. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan yang tinggi terhadap kualitas dan harga produk mendorong loyalitas konsumen.

B. Saran

Produsen Kopi Ondo Lintong diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas produk, terutama dalam cita rasa, aroma, dan mutu biji kopi yang menjadi keunggulan utama. Selain itu, perbaikan diperlukan pada aspek yang dianggap kurang optimal oleh konsumen, seperti ketersediaan produk, kebersihan tempat penjualan, dan kecepatan layanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas konsumen, seperti promosi, citra merek, dan kualitas pelayanan, guna memberikan wawasan lebih komprehensif bagi pengembangan usaha kopi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ibnu, M. (2022). 16. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 2.
- Zulkarnain, Z. (2020). 8. *Strategi konsep desain kemasan kopi specialty untuk industri skala mikro*, 17-26.
- Dengan, K., Konsumen, K., & Variabel, S. (2016). 3) 1,2,3). 16(2), 226–233.
- Pradinata, J. (2017). Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kopi Aaa Di Kabupaten Kerinci. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 168–182.
<https://doi.org/10.32507/ajei.v8i2.18>
- Rossi, M., Ethika, D., & Widyarini, I. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Kopi pada Kedai Kopi di Wilayah Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(3), 878–891.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.25>
- Anggraeni, Y. (2018). *Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Sumawe Malang*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/161476/>
- Gracia, S., & E D Martauli, E. D. M. (2021). ANALISIS SALURAN PEMASARAN KOPI (Studi Kasus: Kecamatan Lintong Nihuta, Humbang Hasundutan, Sumatera Utara). *Jurnal Agroteknosains*, 5(2), 37.
<https://doi.org/10.36764/ja.v5i2.622>
- Gadung, A., Abbas Zakaria, W., & Murniati, K. (2015). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung. *Jiia*, 3(4), 370–376.
- Sihombing, V. uli. (2022). *Terhadap Pembelian Kopi Berlabel Fair Trade Vista Uli Sihombing*.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *Analisis studi kelayakan bisnis pada kopi ishpot purwokerto,kabupaten banyumas,jateng*. 9, 356–363.
- Ummah, M. S. (2019). No Sistem informasi akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas ondo lintong coffee. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

- 8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Rondius, B. &. (2012). pengaruh penambahan bubuk casia vera pada bubuk kopi robusta dan dua cara penyeduhan terhadap karakteristik mutu bubuk kopi campuran. *Экономика Региона*, 1–11.
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen* |, 1, 910–918.
- Larasati, C. Y., & Widiyanto, I. (2018). Pengaruh Preferensi dan Harga Terhadap Sikap dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Rasa Cabe Ijo di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbrISSN>
- Sumarti, T., Rokhani, & Falatehan, S. F. (2017). Jurnal Penyuluhan, Maret 2017 Vol. 13 No. 1 Strategi Pemberdayaan Petani Muda Kopi Wirausaha di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Penyuluhan*, 13(1), 31–39.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Manullang, Y. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Arabika Kabupaten Humbang Hasundutan*.