

Analisa perbedaan respon pelanggan loyal dan non loyal terhadap promosi penjualan di gerai kopi Jakarta = Analysis of respon diversity between loyalist and non-loyalist on Sales promotion in Coffee House Jakarta

Myrna Amelia Pranowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20319952&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini meneliti tentang perbedaan respon antara konsumen yang loyal dan non loyal terhadap promosi penjualan yang dilakukan gerai-gerai kopi Jakarta. Starbucks, Coffee Bean & Tea Leaf, Bengawan Solo, Anomali Coffee, Spinelli Coffee. Penelitian ini menggunakan kuesioner online dan kertas. Berhasil mendapatkan valid respon sebanyak 124 warga Jakarta yang mempunyai kegemaran minum kopi. Skripsi ini menggunakan uji perbedaan yang akan diuji menggunakan mann-whitney untuk jenis loyalitasnya dan menggunakan kruskal wallis untuk mengetahui loyalitas menurut SES nya.

Hasil dari penelitian kami adalah benar-benar terdapat perbedaan respon antara pelanggan loyal dan non loyal. Pelanggan non loyal cenderung mudah tergiur oleh tawaran-tawaran promosi penjualan sedangkan pelanggan loyal cenderung memegang teguh gerai favoritnya. Walaupun pelanggan loyal tidak memungkirinya bahwa mereka juga menunggu diadakannya promosi di gerai favoritnya. Namun promosi penjualan yang diadakan gerai lain tidak akan mempengaruhi loyalitasnya. Jadi, promosi yang diadakan gerai favorit justru menambah nilai plus bagi pelanggan loyal. Sedangkan ternyata fakta mengatakan bahwa terdapat perbedaan respon terhadap promosi penjualan pada faktor SES seperti pengeluaran, jenis kelamin dan umur.

.....The focus of the study is difference reaction among brand loyalist and non-loyalist in respect to coffeehouses sales promotion such as Starbucks, CoffeeBean & Tealeaf, Excelso, Bengawan Solo, Anomali Coffee and Spinelli Coffee. This research using online and paper questionnaire, with up to 124 valid response, this research using difference test analysis. Mann-whitney for testing loyalty difference and kruskal wallis to test the SES loyalty difference.

Result of this research shows that there is really exist consumer behavior differentiation between loyalist and non-loyalist. Non-loyalist are really easily allure and switch to another brand due to sales promotion while loyalist tend to stick to their favorite brand despite sales promotion. But loyalist still find sales promotion is favorable and delightful and can enhanced their loyalty status to their favorite brand. In other hand difference consumer respon behavior are somehow influenced by SES factor such as gender, expense and age.