

# Analisis perilaku pelanggan kedai kopi internasional dalam melakukan variety seeking pada kedai kopi lokal melalui pengaruh kejenuhan, persepsi kualitas, dan kepuasan = Analysis of international chained coffee shop patrons variety seeking behavior towards local coffee shops through satiation perceived quality and satisfaction effect

Citra Rufina Praditha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431214&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Perilaku variety seeking merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis industri foodservice namun menjadi suatu hal yang tidak terelekan untuk dilakukan pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat kecenderungan perilaku pelanggan, khususnya pelanggan kedai kopi waralaba internasional untuk melakukan variety seeking terhadap kedai-kedai kopi asal lokal melalui pengaruh kejenuhan, persepsi mengenai kualitas dan kepuasan yang dirasakan. Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang berlangganan salah satu merk kedai kopi waralaba internasional dan berkunjung ke kedai kopi tersebut setidaknya dalam dua minggu terakhir.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, crosstab, ANOVA, dan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif terjadi antara kejenuhan dan persepsi kualitas pelanggan terhadap makanan/minuman dan kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku variety seeking atau dengan kata lain variety seeking akan tetap dilakukan oleh pelanggan-pelanggan yang telah merasa puas dengan kedai kopi langganannya.

.....Variety Seeking Behavior is one thing that needs to be concerned about in foodservice industry because it is inevitably committed on any food consumers. This study aims to see the inclination of such consumer behavior, especially on how international-chained coffee shop patrons seeking the variety towards local coffee shops by the effect of satiation, perceived quality, and satisfaction. Respondents of this research are those who have patronized on one particular international-chained coffee shop brand and who have had a visit on the coffee shop in the last two weeks.

Descriptive analysis, crosstab, ANOVA, and Structural Equation Modelling (SEM) were employed for data analysis. The result of this research show that the positive effect occurs between food/beverage satiation and both perceived quality and satisfaction have no effect on variety seeking behavior where variety seeking will still be performed by patrons on satisfied patrons.