

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “**Analisis Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Lugo Coffee House Tulungagung)**” ini ditulis oleh Intan Anjelita, NIM 17402163072, Pembimbing: Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Persaingan yang semakin ketat di bidang *coffee house*, ternyata membuat Lugo memiliki kelebihan dibandingkan dengan *coffee house* yang lainnya, kelebihan tersebut ialah harga yang sesuai dengan rasa serta dapat dinikmati oleh semua kalangan, selalu memperbaiki menu-menunya serta memiliki perbedaan antara kopi yang disediakan Lugo dengan kopi-kopi lainnya, lokasi dipusat kota dan penataan ruang yang cukup nyaman menjadikan Lugo mampu mempertahankan usaha serta para pelanggan setianya. Hal tersebut yang dijadikan produsen untuk menarik pelanggan dan membuat pendapatan perusahaan akan meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui mendeskripsikan bagaimana perilaku produsen di Lugo Coffee House dalam meningkatkan kepuasan konsumen. 2) Untuk mendeskripsikan faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat produsen dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui data primer dan sekunder. Teknik Analisis Data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa 1) Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Lugo Coffee House melalui beberapa hal yaitu a) Inovasi Produk, b) Penentuan Harga Produk, c) Promosi, d) Desain Kemasan Produk, e) Konsep ide dan rancangan, dan f) Pelayanan. 2) Faktor Pendukung dan Penghambat Produsen dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Lugo Coffee House. Adapun faktor pendukung adalah segi internal berupa produk, pelayanan, dan harga, segi eksternal berupa gaya hidup masyarakat. Sedangkan faktor penghambat adalah segi internal berupa sering keluar masuknya karyawan sehingga mengakibatkan tidak kesesuaian rasa pesanan. Segi eksternal berupa konsumen yang banyak penikmat kopi tetapi hanya sedikit konsumen yang benar-benar mengetahui kopi yang sebenarnya

**Kata kunci:** Perilaku Produsen, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

Thesis with the title of "**The Analysis of the Producer's Behaviour in Increasing Consumer Satisfaction (Case Study at Lugo Coffee House Tulungagung)**" written by Intan Anjelita, NIM 17402163072, Advisor: Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Increasingly intense competition of coffee house, it turns out that Lugo Coffee House has some surpluses compared to other coffee houses, those surpluses are the price of the menu that is consistent to its taste and it can be enjoyed by everybody, they always improve the menus and have a difference between the coffee provided by Lugo and the others, it is located in the downtown and it has a comfortable room arrangement allowing Lugo to sustain their business and loyal customers. That is what the producer uses to attract the customers and makes the company's revenue increase.

The purpose of this research is 1) to know and describe the behavior of the producer at Lugo Coffee House in increasing customer satisfaction, 2) to describe the producer's supporting and obstructing factors in increasing customer satisfaction.

This research is a descriptive qualitative research. The data collection through primary and secondary data. The data analysis techniques using interviews, observations, and documentation. The data analysis techniques use data reduction, data exposure, and drawing conclusions.

The research shows that 1) the behavior of the producer in increasing customer satisfaction at Lugo Coffee House through several things; those are a) product innovation, b) product pricing, c) promotion, d) product design, e) conceptualizing ideas and designs, and f) service. 2) Supporting and obstructing factors for the producer in increasing customer satisfaction at Lugo Coffee House. There are two supporting factors, the first is from the internal aspect of products, services, and prices; the second is from the external aspect of people's lifestyle. The obstructing factor from internal aspect is in the frequency of employees going in and out that make inconsistent taste of the orders. While, from external aspect is the many consumers who enjoy coffee but few of them know the real coffee itself.

**Keywords:** Producer's behaviour, Consumer Satisfaction