

ABSTRAK

ALDI PRATAMA PUTRA. 2024. *Pengaruh Cita Rasa Kopi dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Coffee Darikopi Makassar)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Asdi dan Aulia.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan studi pada coffee Darikopi Makassar. Sampel diambil dari pelanggan Darikopi Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada pelanggan tetap Darikopi Makassar. Pengumpulan data dilakukan dengan melalui *literature review*, pembagian kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS mengenai pengaruh cita rasa dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan Darikopi Makassar, disimpulkan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditandai dengan $4.296 > 1,66$ dengan signifikansi sebesar 0,000. Keberagaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditandai dengan $5.785 > 1,66$ dengan signifikansi sebesar 0,000. Cita rasa dan Keberagaman produk berpengaruh sebesar 51,6% terhadap loyalitas pelanggan, serta berpengaruh secara simultan terhadapnya yang ditandai dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, Keberagaman produk dari Darikopi Makassar perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan sebab hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh yang cenderung lebih banyak dibandingkan dengan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Cita Rasa, Keberagaman Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

ALDI PRATAMA PUTRA. 2024. *The Influence of Coffee Taste and Product Diversity on Customer Loyalty (Study on Coffee Darikopi Makassar)*. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Asdi and Aulia.

The purpose of this study is a type of quantitative research with the aim of determining the influence of taste and product diversity on customer loyalty study on coffee Darikopi Makassar. Samples were taken from customers of Darikopi Makassar. The type of data used in this study is quantitative data obtained from the results of questionnaires that have been distributed to regular customers of Darikopi Makassar. Data collection is carried out through literature review, questionnaire distribution and documentation. In this study, the data sources used include primary data and secondary data. The research instrument used in this study used the Likert scale method. Based on the results of research using SPSS on the influence of taste and product diversity on customer loyalty of Darikopi Makassar, it was concluded that taste had a positive and significant effect on customer loyalty which was marked by $4,296 > 1.66$ with a significance of 0.000. Product diversity has a positive and significant effect on customer loyalty which is marked by $5,785 > 1.66$ with a significance of 0.000. Taste and product diversity have an effect of 51.6% on customer loyalty, and simultaneously affect it which is characterized by a probability value of $0.000 < 0.05$, Product diversity from Makassar Coffee needs to be maintained and further improved because the results show that product diversity has a more influence than taste on customer loyalty.

Keywords : *Taste, Product Diversity, Customer Loyalty*