

ABSTRAK

Kopi instan menjadi sangat populer di Indonesia sejak kemunculannya yang kemudian didorong oleh banyaknya bermunculan varian produk-produk kopi instan yang ditawarkan oleh pengusaha kopi. Tren konsumsi kopi juga telah berkembang pesat beberapa tahun belakangan ini ditandai dengan meningkatnya produksi produk kopi di Indonesia. Nescafe adalah merek kopi instan yang berada di bawah produksi PT. Nestle. Nescafe telah mengeluarkan banyak varian produk baik dari segi kemasan, kualitas, kuantitas, rasa dan aroma. Tidak hanya Nescafe, munculnya beragam merek produk kopi instan yang ditawarkan oleh pengusaha kopi lainnya kepada konsumen membuat konsumen memiliki kesempatan untuk beralih dari satu merek ke merek lainnya. Persaingan pasar untuk minuman kopi semakin ketat seiring dengan masuknya berbagai varian segmen kopi baru.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan untuk mengonsumsi produk kopi Nescafe. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang pernah menggunakan mengonsumsi Nescafe dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : kualitas produk, variasi produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Nescafe