

ABSTRAKSI

Marissa Putriana Kiswandari. “Analisis Hubungan Kepuasan Konsumen Produk Susu Bubuk Dancow Instant (*full cream*) Dengan Loyalitas Konsumen di Wilayah RW 08 Kelurahan Kelapa Dua Kebon Jeruk, Jakarta Barat”. Penelitian ini dibimbing oleh I’in E. Mardiani

Perusahaan dituntut untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk yang dijual dapat bersaing dengan industri pabrik susu lainnya yang dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk yang tepat sehingga konsumen memiliki rasa puas dan loyal terhadap produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen produk susu dancow instant (*full cream*).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Populasinya adalah warga RW. 08. Adapun yang menjadi kriteria di dalam pengambilan sampel adalah konsumen yang sudah membeli dan mengkonsumsi susu merk Dancow.

Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang responden dan pembahasan mengenai tingkat kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi susu Dancow dapat disimpulkan bahwa konsumen susu Dancow di RW. 08 Kelurahan Kebon Jeruk Jakarta barat termasuk kedalam kategori puas.

Dari lima tingkatan loyalitas merek, yaitu *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*, berdasarkan hasil perhitungan tingkatan loyalitas dari 100 orang responden didapatkan bahwa konsumen di RW. 08 Kelurahan Kebon Jeruk Jakarta Barat termasuk pada tingkatan *liking the brand*. Hal ini berarti konsumen menyukai merek susu Dancow.

Berdasarkan hasil pembahasan bahwa variabel kepuasan konsumen (X) mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan variabel loyalitas konsumen (Y). Hal ini terbukti dari nilai korelasi rank spearman.