

ABSTRAK

Moh Ichsanul Amal R, 2023. “*Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place*” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Arsyad L.

Skripsi ini membahas tentang Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place. Kemudian rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana tingkat loyalitas konsumen pada Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place. Rumusan masalah yang kedua adalah apakah ada perbedaan tingkat loyalitas konsumen pada Sudut kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memahami bagaimana tingkat loyalitas konsumen pada Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place. Untuk menjelaskan dan memahami apakah ada perbedaan tingkat loyalitas konsumen pada Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif, kemudian pengambilan sampel masing-masing kedai sejumlah 100 responden di setiap kedai kopi yang peneliti lakukan penelitian dengan metode pemilihan sampel adalah sampling incidental yang artinya secara kebetulan. Adapun Teknik Pengumpulan Data adalah angket atau kuesioner dengan menggunakan data-data pernyataan yang diisi dari para konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis frekuensi kemudian analisis anova satu arah (*oneway*). Adapun tujuan digunakannya analisis tersebut ialah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan secara signifikan diantara ketiga kedai kopi tersebut. Berdasarkan hasil uji perbandingan loyalitas konsumen pada ketiga kedai kopi tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat perbandingan loyalitas konsumen tertinggi didapatkan oleh Osing Kopi dengan jumlah nilai skor 89,3%, yang kedua Boss Coffe Place dengan jumlah nilai skor 87,5%, dan yang terakhir Sudut Kopi dengan jumlah nilai skor 84,5%. Dengan demikian, disimpulkan bahwa ada perbedaan secara statistik pada loyalitas konsumen antara Sudut Kopi, Osing Kopi, dan Boss Coffe Place.

Kata Kunci: Loyalitas Konsumen, Penelitian Kuantitatif, Analisis Frekuensi, Anova Satu Arah (*Oneway*)

ABSTRACT

Moh Ichsanul Amal R, 2023. *"Comparative Analysis of Consumer Loyalty in Sudut Kopi, Osing Kopi, and Boss Coffee Place" Thesis of the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Arsyad L.*

This thesis discusses the Comparative Analysis of Consumer Loyalty in Sudut Kopi, Osing Kopi, and Boss Coffee Place. Then the problem formulation of this research is what is the level of consumer loyalty to Sudut Kopi, Osing Kopi, and Boss Coffee Place. The second problem formulation is whether there is a difference in the level of consumer loyalty to Sudut Kopi, Osing Kopi and Boss Coffee Place. This research aims to explain and understand the level of consumer loyalty to Sudut Kopi, Osing Kopi and Boss Coffee Place. To explain and understand whether there are differences in the level of consumer loyalty to Sudut Kopi, Osing Kopi and Boss Coffee Place.

The type of research used was quantitative research, then sampling from each shop was 100 respondents in each coffee shop where the researcher conducted the research using the sample selection method, which was incidental sampling, which means by chance. Meanwhile, the data collection technique is a questionnaire or questionnaire using statement data filled in from consumers. The data analysis technique used is frequency then one-way ANOVA analysis. The purpose of using this analysis is to find out whether there are statistically significant differences.

The research results show that there are significant differences between the three coffee shops. Based on the results of consumer loyalty tests at the three coffee shops, it can be concluded that the highest level of consumer loyalty was obtained by Osing Kopi with a total score of 89.3%, the second was Boss Coffe Place with a total score of 87.5%, and the last was Sudut Kopi with total score value 84.5%. Thus, it is concluded that there is a statistical difference in consumer loyalty between Sudut Kopi, Osing Kopi, and Boss Coffee Place.

Keywords: *Consumer Loyalty, Quantitative Research, Frequency Analysis, One Way Anova*