

## ABSTRAK

Persaingan pada kedai kopi semakin meningkat, Adanya persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini kedai kopi Aerotiva membutuhkan berbagai informasi yang cepat dan metode analisis yang akurat. Agar dapat mempertahankan para pelanggannya kedai kopi Aerotiva merupakan salah satu kedai kopi yang bergerak dibidang kuliner yang menawarkan produk minuman dan makanan penelitian dengan teknologi canggih dan biaya kompetitif. Cara mengetahui kedai kopi Aerotiva memiliki pelanggan yang loyal (customer loyalty) atau tidak, dengan menggunakan pengukuran Net Promoters Score (NPS). Net Promoters Score (NPS) adalah scord yang hasilnya mencerminkan loyalitas pelanggan, skala angka NPS mulai dari 100 sampai 100. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur loyalitas pelanggan pada pengguna produk di kedai kopi Aerotiva

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan metode CATI. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan pertimbangan yaitu responden Pengguna Produk di Kedai Kopi Aerotiva di Cirebon. karna populasi yang digunakan diketahui maka pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Analisis data dengan menggunakan pendekatan Net Promoter Score (NPS), NPS sendiri yaitu metode pengukuran loyalitas pelanggan yang dikembangkan oleh Fred Reichheld. Dengan kategori sangat loyal ditunjukkan dengan nilai  $NPS > 50$ , Loyal dengan nilai  $NPS = 0 - 50$ , tidak loyal dengan nilai  $NPS < 0$

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Aerotiva akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan produk nya lebih dikenal dengan masyarakat sekitar, bahwa Kedai Kopi Aerotiva itu ada didaerah perkotaan. Aerotiva ingin menciptakan produk-produk baru sehingga pelanggan tidak mudah bosan dengan produk yang sudah ada.

**Kata Kunci:** Loyalitas pelanggan, Produk