

ABSTRAK

Moxie Product mengalami penurunan penjualan dengan kuantitas pasar yang besar, berkaitan dengan perubahan perilaku konsumen dan berdampak pada market orientation. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan *Moxie Product* di Purwokerto dan mengetahui strategi pemasaran di masa depan yang dapat meningkatkan penjualan produk *Moxie Product* di Purwokerto. Fenomena pada penelitian ini dianalisis melalui pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan survei, dengan pendekatan metode analisis *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA), dan *potential gain in customer value* (PGCV). Hasil penelitian adalah penilaian konsumen terhadap kualitas dan kepuasan atas produk UMKM *Moxie Product* dalam kategori “sangat puas” dengan skor 87,60%. Atribut yang termasuk kuadran I IPA adalah produk yang dijual memuaskan (PQ2), produk memiliki tekstur atau komposisi terbaik (PQ5), dan karyawan bersedia membantu dan menangani permintaan khusus pelanggan (SQ5). Sedangkan atribut yang termasuk prioritas perbaikan berdasarkan nilai indeks PGCV adalah secara keseluruhan, pelanggan merasa puas dengan merek tersebut (CS5), perusahaan menawarkan menu yang bervariasi (PQ1), penataan fasilitas UMKM rapi dan mudah ditemukan (PL4), Karyawan ramah (SQ3), harga produk cukup terjangkau (PR1), dan mempertimbangkan semua pengalamannya, pelanggan memutuskan untuk mengunjungi merek tersebut (CS1). Strategi pemasaran yang dapat dilakukan *Moxie Product* adalah memperbaiki kualitas bahan baku, menyesuaikan harga kompetitif agar konsumen merasa biaya yang dikeluarkan sepadan dengan produk yang diperoleh, memperhatikan pengalaman pelanggan di *outlet* untuk menciptakan *repeat order*, dan melakukan pelayanan oleh karyawan dengan cara yang ramah dan sesuai SOP usaha. *Moxie Product* juga perlu mempertahankan pelayanan konsumen, tekstur dan komposisi produk, serta variasi menu.

Kata Kunci: strategi pelayanan, CSI, IPA, PGCV