# Starbucks Customer Behavior & Satisfaction

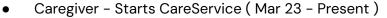
Final Project - Data Analyst





### I Dewa Nyoman Dharma Santika

#### Experience



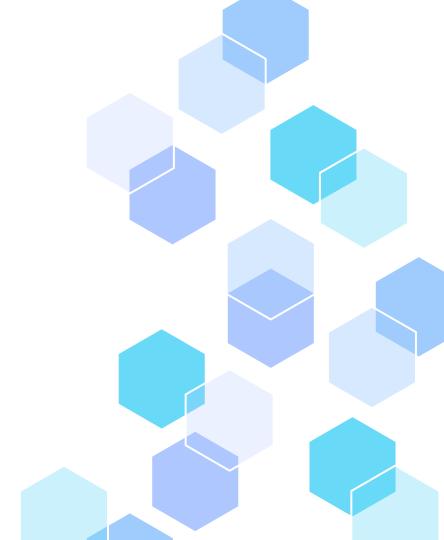


- Caregiver Pacific.co ( Nov 21 Des 22 )
- Construction Carpenter Tatsumi Kigyou (Jan 18 Jan 21)

#### Education

Dibimbing.id - Data Science Bootcamp (Des 24 - Present)
 Learned data science methodologies, Python, and data visualization.

**O1**Previous Project



# Previous Project in Bootcamp

### A/B Testing

### Cookie Cats A/B Testing

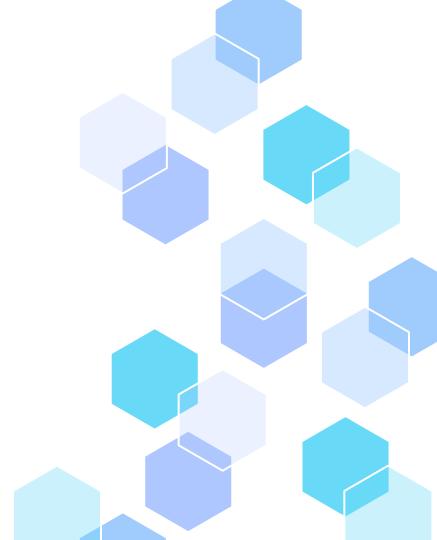
Tujuan utama eksperimen ini untuk menentukan penempatan gate level 30 ke 40 agar retensi pemain dan jumlah gamerounds yang dimainkan pemain. Hasil uji statistik menunjukkan perubahan gate level tidak memberikan dampak signifikan pada retensi pemain.

### **People Analytics**

### **Employee Analysis**

Menganalisis kepuasan kerja karyawan dengan tujuan mengidentifikasi pola untuk mengoptimalkan strategi HR. Temuan utama dari analisis ini semakin baik work-life balance, semakin tinggi kepuasan kerja karyawan

Overview Project



### **Customer Behavior and Satisfaction**

Memahami bagaimana pelanggan berinteraksi dengan layanan, serta pola dan kebiasaan mereka.

Aktivitas dan pola perilaku

Goals : Mengoptimalkan pengalaman dan strategi pemasaran

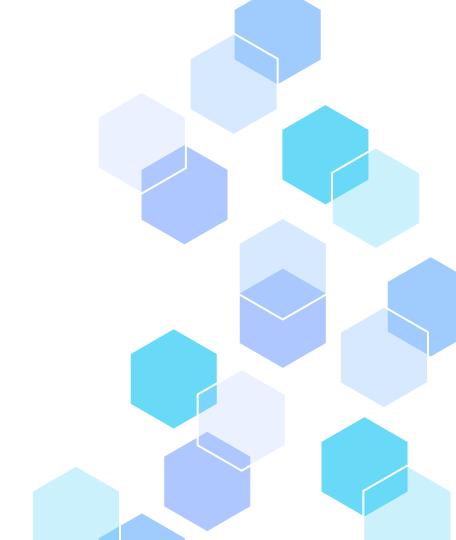
Menilai seberapa puas pelanggan terhadap pengalaman, produk, atau layanan secara keseluruhan.

Feedback dan opini

Goals : Meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan



O3 Main Project



### **Understand the Business Problem**

Perusahaan Starbucks di Malaysia pernah melakukan survey pelanggan dengan berbagai jenis informasi. Mereka mengumpulkan data pelanggan tetapi tidak tahu bagaimana data tersebut harus digunakan secara efisien.

\*Tujuan project ini untuk menganalisis kebiasaan pelanggan dan kepuasan mereka, sehingga perusahaan dapat membuat promosi pemasaran dengan tepat ke depannya.

# **Data Understanding**



Dataset diambil dari kaggle

#### Content

- Demographic info tentang customers jenis kelamin, rentang usia, status pekerjaan, rentang pendapatan.
- Kebiasaan mereka saat membeli Starbucks saat ini.
- Fasilitas dan Fitur Starbucks yang berkontribusi terhadap perilaku tersebut.

Jumlah data berisi 122 responden dan 21 kolom.

# **Data Cleaning**



Menghapus kolom yang tidak diperlukan dan mengganti nama kolom agar lebih mudah dibaca

# Handling Duplicate

Tidak ada duplikat yang ditemukan

# Handling Missing Value

Terdapat missing value pada kolom Visit Type

# Identify inconsistent data

Adanya input yang tidak konsisten. Seperti Never, never atau Never buy

#### 1. Gender

- Responden terbagi secara merata antara perempuan dan laki-laki, tetapi perempuan sedikit lebih banyak.
- Hal ini menunjukkan bahwa Starbucks menarik bagi kedua jenis kelamin.

#### Income

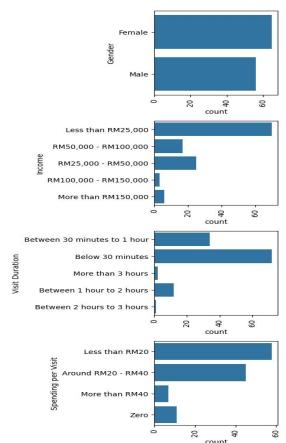
- Mayoritas berpenghasilan 'kurang dari RM25.000' per tahun.
- Kemungkinan besar adalah pelajar atau pekerja bergaji entry-level.

#### 3. Visit Duration

- Yang paling dominan adalah 'Below 30 minutes'.
- Sangat sedikit yang tinggal lebih dari 2-3 jam.

#### 4. Spending per Visit

- Mayoritas menghabiskan 'Less than RM20' atau 'Around RM20 - RM40' per kunjungan.
- Hal ini mungkin karena mayoritas dari mereka adalah masyarakat berpenghasilan rendah-sedang dan lebih memilih untuk membeli minuman saja.



#### 1. Age

- Sebagian besar dari mereka berusia antara 20
   29 tahun.
- Hal ini menunjukkan bahwa Starbucks populer di kalangan anak muda, seperti mahasiswa.

#### 2. Visit Frequency

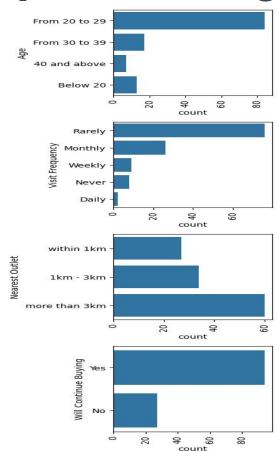
- Sebagian besar responden menjawab bahwa mereka 'Rarely' mengunjungi Starbucks.
- Hal ini menunjukkan bahwa Starbucks adalah tempat yang lebih bersifat sewaktu-waktu, bukan kebiasaan rutin.

#### Nearest Outlet

- Sebagian besar responden mengatakan ' more than 3 km' dari lokasi mereka.
- Menunjukkan jarak yang cukup jauh untuk mayoritas, yang bisa menjadi alasan rendahnya frekuensi kunjungan.

#### 4. Will Continue Buying

- o Sebagian besar menjawab ' Yes'.
- Hal ini menunjukkan tingkat loyalitas yang relatif tinggi, meskipun frekuensi kunjungannya tidak terlalu sering



#### 1. Occupation

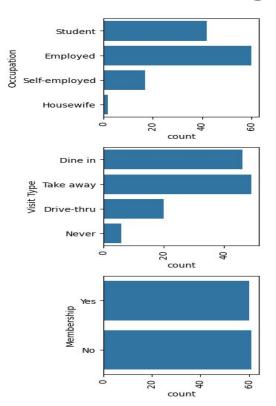
- Status yang paling umum adalah karyawan dan pelajar.
- Cocok untuk usia 20–29 tahun yang sedang bekerja atau belajar.

#### 2. Visit Type

- 'Take Away' dan 'Dine In' adalah dua yang teratas.
- Bahwa pelanggan menikmati makanan dan minuman Starbucks mereka.

#### 3. Membership

- Terdapat perbedaan yang hampir seimbang antara 'Yes' dan 'No'.
- Ini berarti masih ada potensi untuk meningkatkan jumlah anggota.



#### 1. Quality Ranking

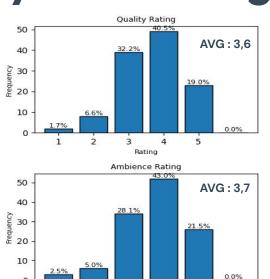
- Sebagian besar responden memberikan rating 3-4, dengan rata-rata 3,6.
- Ini berarti kualitas produk Starbucks dinilai cukup baik.

#### 2. Ambience Rating

- Banyak responden memberikan rating
   3-4, dengan rata-rata 3,7.
- Menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan suasana di Starbucks.

#### 3. Service Rating

- Rata-rata sekitar 3,7 mirip dengan Ambience Rating.
- Menunjukkan bahwa pelayanan secara umum cukup baik.





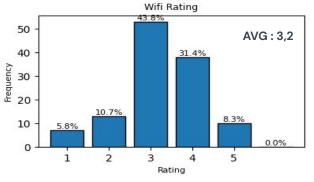
#### 1. Price Rating

- Mayoritas responden memberikan rating
   2-3, dengan rata-rata 2,9.
- Harga produk dapat disesuaikan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan.

#### 2. Wifi Rating

- Rata-rata adalah 3,2 dengan banyak distribusi di rating 3.
- Wifi dinilai baik tetapi tidak sebagus suasana atau layanan.



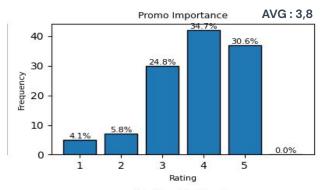


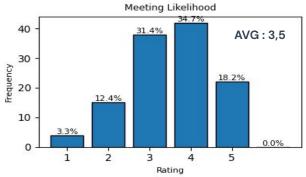
#### 1. Promo importance

- Mayoritas rating berada di angka 4-5, dengan rata-rata 3,8.
- Menunjukkan pentingnya promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

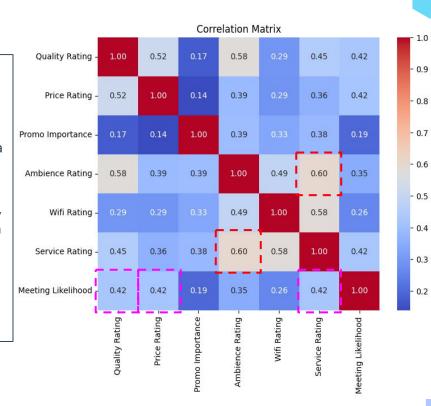
#### 2. Meeting Likelihood

- Rata-rata sekitar 3,5 dengan distribusi mayoritas di angka 3-4.
- Ini berarti Starbucks dapat menjadi pilihan untuk rapat atau nongkrong.

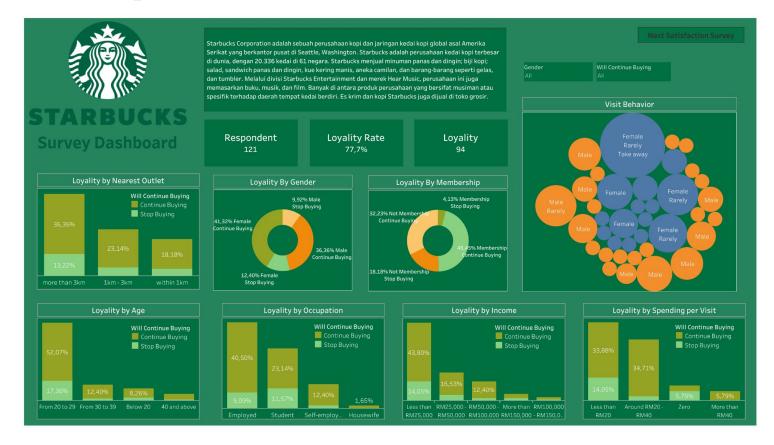




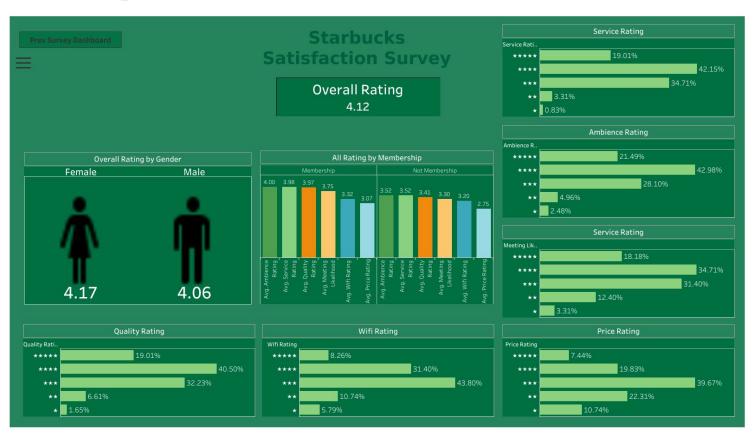
- Ambience dan Service Rating memiliki korelasi tertinggi (0,60). Artinya ketika suasana nya bagus, pelanggan juga merasakan pelayanan yang positif.
- 2. Korelasi antara Quality, Price dan Ambience Rating juga termasuk tinggi.
- Korelasi antara Meeting Likelihood dengan Quality,
   Price dan Service. Artinya, Semakin baik kualitas, harga,
   dan pelayanan maka semakin tinggi juga menggunakan
   Starbucks untuk meeting atau nongkrong.
- 4. Korelasi Meeting Likelihood dengan Wifi rating relatif rendah. Artinya, meskipun Wifi penting tetapi faktor utama service dan harga.



# Survey and Satisfaction Dashboard



# Survey and Satisfaction Dashboard



### Link to Dashboard



Survey Dashboard

Dashboard ini penting dalam pengambilan keputusan bisnis karena dapat memberikan gambaran secara menyeluruh berbasis data pelanggan secara langsung

### **Recommendation Action**

#### Recommendations to increase sales:

- Sales dan promosi ditujukan pada pelanggan dengan rentang usia 20-29 tahun, orang yang sudah bekerja, dan pelajar.
- 2. Tingkatkan promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan (misalnya diskon, manfaat membership).
- 3. Pertimbangkan atau evaluasi harga produk yang lebih kompetitif karena lebih dari separuh pelanggan yang loyal memiliki pendapatan tahunan kurang dari RM25.000.
- 4. Berkolaborasi dengan influencer yang relevan untuk menarik minat dan meningkatkan brand engagement .
- 5. Terus berupaya perbaiki dan promosikan ambience serta meningkatkan Service rate untuk meningkatkan kepuasan customer atas layanan yang diberikan.

Thanks!

Do you have any questions?

dewadharma22@gmail.com

https://www.instagram.com/dewa\_nyoman\_d/www.linkedin.com/in/dewanyomandharma







