

## Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan *Coffeeshop* (Studi Kasus pada *Coffeeshop* Bacarito Kopi di Padang)

Putri Rahmania Sari<sup>#1</sup>, Suherman S.Pd.M.Si<sup>\*2</sup>

<sup>#</sup>*Student of Mathematics Department Universitas Negeri Padang, Indonesia*

<sup>\*</sup>*Lecturer of Mathematics Department Universitas Negeri Padang, Indonesia*

<sup>1</sup>putri.rahmania81@gmail.com

<sup>2</sup>suherman@fmipa.unp.ac.id

**Abstract** —This research was conducted because it has quite high competitiveness of Coffeeshop in Padang so that it is necessary to consider the quality of service which is one way to retain old customers and attract new customers. The quality of service consists of empathy, responsiveness, reliability, tangible and assurance. This study aims to determine the level of customer satisfaction and service quality of Coffee Bacarito Coffeeshop. The number of samples of this study were 96 customers from Bacarito Coffee Coffeeshop. The data analysis using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The Customer Satisfaction Index value were obtained 81.87%. The services provided by the Coffee Bacarito Coffeeshop get good overall good overall results so it can be categorized as meeting the expectations of its consumers. This illustrates that Coffeeshop customers are very satisfied with the quality of service performance that Coffeeshop provides. The service that needs to be improved are the responsiveness of employees in dealing with customer complaints, the reliability of Coffeeshop Bacarito Coffee in the open-closed schedule on time, also raise the awareness of customers feedback.

**Keywords** — *Customer Satisfaction Index, Coffeeshop Bacarito Kopi, Customer Satisfaction*

**Abstrak** —Penelitian ini dilakukan karena terasa cukup tinggi daya saing *Coffeeshop* di Kota Padang sehingga perlu diperhatikan kualitas pelayanan yang merupakan salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Kualitas pelayanan tersebut terdiri dari empati, daya tanggap, keandalan, bukti langsung, dan jaminan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Jumlah sampel penelitian ini adalah 96 pelanggan dari *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Data analisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai *Customer Satisfaction Index* yang didapatkan sebesar 81,87%. Pelayanan yang diberikan oleh *Coffeeshop* Bacarito Kopi memperoleh hasil keseluruhan yang baik sehingga dapat dikategorikan telah memenuhi harapan konsumennya. Hal ini menggambarkan pelanggan *Coffeeshop* merasa sangat puas dengan kinerja kualitas pelayanan yang *Coffeeshop* berikan. Perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan adalah ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan pelanggan, keandalan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dalam jadwal buka-tutup tepat waktu, serta meningkatkan kepedulian terhadap saran yang diberikan pelanggan.

**Kata kunci** — *Customer Satisfaction Index, Coffeeshop Bacarito Kopi, Kepuasan Pelanggan*

### PENDAHULUAN

Kedai kopi (*Coffeeshop*) sudah banyak bermunculan di Kota Padang dengan mulai berdirinya usaha menggunakan nama sendiri serta mendirikan *Coffeeshop* dengan nama *franchise* yang sudah terkenal. Persaingan *Coffeeshop* di Kota Padang terasa cukup tinggi sehingga

perlu diperhatikan cara pelanggan lama datang kembali dan membawa pelanggan baru tertarik datang. Setelah melakukan survei di beberapa tempat *Coffeeshop* di Kota Padang, ditemukan berbagai macam *Coffeeshop* yang memiliki karakteristik yang menjadi daya tarik pelanggan untuk berkunjung, mulai dari tempat yang strategis hingga rasa kopi, kemudian terpilihlah *Coffeeshop* Bacarito Kopi.

Bacarito Kopi melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan perhatian dari konsumen agar mereka datang kembali. Adapun upaya dapat dilakukan dengan cara pelanggan tetap loyal dengan membina hubungan yang baik dengan setiap pelanggan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Bacarito Kopi. Bacarito Kopi menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan salah satunya komunikasi dua arah sehingga timbulnya kepercayaan konsumen terhadap Bacarito Kopi.

Dasar perbaikan dalam tingkat kualitas pelayanan ini dengan pemahaman kebutuhan serta keinginan pelanggan yang baik. Menurut Kotler, mengemukakan bahwa dengan membandingkan hasil yang dicapai yang dapat diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan maka muncullah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang merupakan pengertian dari kepuasan pelanggan [1]. Hal ini dalam mengukur indikator kualitas barang dan jasa digunakanlah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dengan CSI dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai atribut pelayanan. Dengan metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian terhadap beberapa indikator yang merujuk pada pelayanan barang dan jasa yang diberikan, guna si produsen mengetahui seberapa puas kinerja perusahaan terhadap pelanggan.

Oleh sebab itu, adapun tujuannya untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Bacarito Kopi karena peneliti telah melihat sendiri dengan daya saing yang cukup tinggi, *Coffeeshop* Bacarito Kopi mampu mempertahankan pelanggan lama nya dan menarik pelanggan baru walaupun pelanggan harus bersabar karena pelanggan harus mengantri, sehingga peneliti ini ingin mengetahui apakah strategi yang dilakukan oleh Bacarito Kopi sudah dapat memuaskan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut penulis mengambil judul Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

#### METODE

Pada saat melakukan penelitian, peneliti telah membuat instrumen dalam penelitian dengan upaya uji validitas dan reabilitas dengan kuesioner dengan dibimbing oleh advisor sehingga peneliti mendapatkan hasil survei yang dilakukan dengan membagikan kuesioner pada pelanggan *Coffeeshop* Bacarito Kopi yang melakukan transaksi pembelian.

##### A. Langkah-langkah penelitian

Adapun langkah-langkah peneliti lakukan antara lain:

- 1) Survei pendahuluan  
Survei pendahuluan dilakukan untuk menanyakan dan meminta izin kepada pihak Bacarito Kopi untuk dilakukan penelitian.
- 2) Pengumpulan referensi

Referensi yang dikumpulkan berupa buku, jurnal, artikel, serta referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

##### 3) *Literatur review*

Pengkajian konsep dasar yang dibahas diantaranya:

- a. Teori tentang kualitas pelayanan
- b. Teori *Customer Satisfaction Index*.
- c. Pembuatan Kuesioner Pendahuluan

##### 4) Pembuatan kuesioner pendahuluan

Pembuatan kuesioner pendahuluan terdiri dari pernyataan kinerja, pernyataan kepentingan.

##### 5) Pengumpulan data

Pembagian kuesioner pendahuluan kepada responden dilakukan secara random yang dilanjutkan dengan merekap data yang telah diperoleh.

##### 6) Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner kembali dilakukan setelah kuesioner pendahuluan dikatakan valid dan memiliki reliabilitas yang tinggi. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan secara random kepada responden (pelanggan).

##### 7) Teknik Analisis Data

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

##### B. Langkah-langkah menghitung CSI

Langkah pengukuran untuk menghitung *Customer Satisfaction Index* [2] ;

##### 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS).

MIS nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut,

$$MIS_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (1)$$

dengan,

$n$  = Jumlah responden

$i$  = Atribut pelayanan ke- $i$

$Y_i$  = Nilai kepentingan / harapan atribut ke- $i$

##### 2) Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS).

MSS merupakan nilai rata-rata tingkat kenyataan yang dirasakan pelanggan tiap variabel atau atribut. Persamaan yang dapat dilakukan untuk menghitung MSS:

$$MSS_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (2)$$

dengan,

$n$  = Jumlah responden

$i$  = Atribut pelayanan ke- $i$

$X_i$  = Nilai kinerja atribut ke- $i$

- 3) Membuat *Weight Factor* (WF), bobot ini merupakan presentase nilai atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (3)$$

dengan,

$p$  = Jumlah atribut kepentingan

$i$  = Atribut pelayanan ke- $i$

- 4) Membuat *Weighting Score* (WS), merupakan perkalian antara *Weighting Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score* = MSS)

$$WS_i = WF_i \times MSS_i \quad (4)$$

dengan,

$i$  = Atribut pelayanan ke- $i$

- 5) Menentukan CSI dengan skala indeks interprestasinya dari nol sampai seratus yang merupakan skala kepuasan konsumen secara umum

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\% \quad (5)$$

dengan,

HS = *High Score* (Skor tertinggi) [1]

### C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini diambil dari data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pelanggan yang mendapatkan pelayanan di *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Penelitian tersebut dilakukan dari tanggal 21 Oktober 2019 sampai 24 Oktober 2019. *Coffeeshop* Bacarito Kopi merupakan tempat dilakukannya penelitian.

### D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian” [2]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang mendapatkan pelayanan di *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Sebagian atau wakil populasi yang diteliti disebut dengan sampel [3]. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang mendapat pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi yang melakukan pembelian dan mewakili seluruh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini tidak diberi peluang kesempatan yang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dikenal dengan teknik *non probability sampling* [3]. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui metode *accidental sampling*.

*Accidental sampling* merupakan metode menentukan sampel secara kebetulan bertemu dengan seorang yang sedang melakukan penelitian yang nantinya digunakan sebagai sampel, yang kebetulan ditemui itulah yang cocok diambil sebagai sumber data untuk penelitian.. Metode penelitian yang digunakan dapat dilihat berdasarkan ukuran sampel minimum yang dapat diterima [4]

Karakteristik sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah responden dipilih berdasarkan kriteria lebih dari dua kali melakukan pembelian *Coffeeshop* Bacarito Kopi dan bersedia menjadi responden.

Langkah penentuan sampel adalah dengan menentukan jumlah sampel secara keseluruhan, karena populasi yang diambil dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya, maka dasar pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan rumus: [5]

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2}{4e^2} \quad (6)$$

dengan,

$n$  = sampel

$Z_{\alpha}$  = distribusi normal

$e$  = besarnya kesalahan yang dapat diterima

Dalam penelitian ini  $Z_{\alpha}$  yang diperoleh dari tabel distribusi normal adalah sebesar 1,96, dengan nilai  $\alpha$  = 0,05, besarnya kesalahan yang diterima ( $e$ ) sebesar 10% sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut,

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2}{4e^2} = \frac{Z_{0,05}^2}{4(0,10)^2} = \frac{(1,96)^2}{4(0,10)^2} = 96,04 \approx 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner untuk mendapatkan data primer. Kuisioner tersebut diberikan kepada pelanggan *Coffeeshop* Bacarito Kopi yang melakukan pembelian. Tingkat kepuasan dari responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan, dengan kriteria seperti yang terlihat pada Tabel 1 berikut:

TABEL 1.

NILAI CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

No	Nilai Index	Keterangan
1.	81% - 100%	Sangat puas
2.	66% - 80,99%	Puas
3.	51% - 65,99%	Cukup puas
4.	35% - 50,99%	Kurang puas
5.	0% - 34,99%	Tidak puas

Sumber: Fitriana, et.al (2014:287)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

*Coffeeshop* Bacarito Kopi didirikan oleh Joifadi, Syah Reza Hermansyah, dan Axel Hadiningrat yang telah berdiri sejak tahun 2018. *Coffeeshop* Bacarito Kopi terkenal di kalangan mahasiswa dan pembisnis karena lokasinya yang mudah untuk dijangkau yang berada di Jalan Nipah, Padang. *Coffeeshop* Bacarito Kopi beroperasi setiap hari dimulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 00.00 WIB.

*Coffeeshop* ini terdiri dari dua lantai, terdapat ruang bebas asap rokok di lantai satu area *outdoor* (luar ruangan) bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana di luar ruangan, bar untuk pembuatan minuman serta area *indoor* (dalam ruangan) bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana di dalam ruangan dan tempat sholat berada di lantai dua. Bacarito Kopi memiliki sebanyak 14 orang karyawan yang diperkejakan disana.

**B. Deskripsi Data Responden**

Pelanggan yang dijadikan responden dalam penelitian ini merupakan semua pengunjung yang melakukan transaksi pembelian di *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 96 orang dengan identitas sebagai berikut: jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung.

**1) Jenis kelamin**

Adapun karakteristik dari responden adalah yang digunakan sebagai berikut.

TABEL 2  
KARAKTERISTIK DATA RESPONDEN  
BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Karakteristik	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Perempuan	53	44,2
Laki-laki	43	44,8
Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer (Kuesioner) di olah,2019

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa mayoritas Pelanggan di Bacarito Kopi berjenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 43 orang atau sebesar 44,8 % dan perempuan sebanyak 53 orang atau sebesar 55,2%.

Hal ini disebabkan jumlah pengunjung diantara jam 16.00 sore sampai pukul 21.00 malam mayoritas pengunjungnya adalah perempuan.

**2) Usia responden**

Adapun karakteristik dari responden yang perlu diketahui selanjutnya yaitu usia responden, dengan tabel sebagai berikut.

TABEL 3  
KARAKTERIS TIK DATA RESPONDEN  
BERDASARKAN USIA RESPONDEN

Karakteristik	Frekuensi (F)	Presentase (%)
< 21	52	54,2
21 – 25	29	30,2
26 – 30	10	10,4
> 31	5	5,2
Jumlah	96	100

Sumber. Data primer (kuesioner) diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen Bacarito Kopi berusia diantara

<21 sebanyak 52 orang atau sebanyak 54,2%, lalu usia 21-25 sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2%, dan usia 26 – 30 sebanyak 10 orang atau sebanyak 10,4%, sedangkan paling sedikit >31 sebanyak 5 org ataau sebesar 5,2%.

Hal ini dikarenakan jumlah pengunjung diatas jam 16.00 sore sampai pukul 21.00 malam mayoritas pengunjungnya adalah yang berusia <21 tahun.

**3) Pekerjaan responden**

Adapun karakteristik dari responden selanjutnya yang digunakan adalah pekerjaan responden, dengan tabel sebagai berikut.

TABEL 4  
KARAKTERISTIK DATA RESPONDEN  
BERDASARKAN PEKERJAAN

Karakteristik	Frekuensi (F)	Presentase (%)
Pelajar	10	10,4
Mahasiswaa	69	71,9
Pegawai Negeri	2	2,0
Pegawai Swasta	3	3,1
Wiraswasta	5	5,2
Lain-lain	7	7,3
Jumlah	96	100

Sumber. Data primer (kuesioner) diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa responden dengan karakteristik pekerjaan sebagai mahasiswa menempati urutan tertinggi dengan persentase 71,9% dan responden dengan karakteristik pekerjaan sebagai pegawai negeri menempati urutan terendah dengan persentase sebesar 2%. Ini berarti pelanggannya mayoritas adalah mahasiswa.

**4) Frekuensi Berkunjung**

Adapun karakteristik dari responden yang perlu diperhatikan juga yaitu frekuensi berkunjung, sehingga dapat diketahui sudah berapa kali si responden datang ke *Coffeshop* Bacarito Kopi berikut.

TABEL 5  
KARAKTERISTIK DATA RESPONDEN  
BERDASARKAN FREKUENSI BERKUNJUNG

Karakteristik	Frekuensi (F)	Presentase (%)
1 kali	22	23
2 kali	29	30,2
>3 kali	45	46,8
Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer (kuesioner) diolah,2019

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa data responden yang telah melakukan pembelian satu kali di Bacarito Kopi sebanyak 22 orang atau sebesar 23%, selain itu yang melakukan pembelian yang ke-2 kali sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2%, dan pelanggan yang melakukan pembelian ulang lebih dari tiga kali di

Bacarito Kopi sebanyak 45 orang atau sebesar 46,8%. Jumlah frekuensi pembelian yang dilihat dari tiga kali lebih besar dari pelanggan yang melakukan pembelian satu kali maupun dua kali, sehingga terlihat bahwa pelanggan merasa cukup puas terhadap pelayanan yang ditawarkan/diberikan Bacarito Kopi.

### C. Analisis Data

Analisis data penelitian yang digunakan menggunakan bantuan software Microsoft Excel dan SPSS versi 20. Analisis dilakukan berdasarkan teknik analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya, yakni dengan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI).

### D. Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer Satisfaction Index* (CSI) tiap atribut diperoleh dari nilai  $MIS_i$  yang merujuk pada persamaan (2) dan  $MSS_i$  yang merujuk pada persamaan (3), setelah didapat  $MIS_i$  dan  $MSS_i$ , maka selanjutnya mencari  $WF_i$  yang merujuk pada persamaan (4), kemudian mencari  $WS_i$  yang merujuk pada persamaan (5), setelah didapatkan nilai  $WS_i$  maka langkah selanjutnya mencari nilai – nilai CSI yang merujuk ke persamaan (6). Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bacarito Kopi dapat diketahui melalui perhitungan secara manual.

TABEL 6  
HASIL PERHITUNGAN CSI

Atribut	$MIS_i$	$MSS_i$	$WF_i$	$WS_i$
1	3.49	3.27	4.97%	0.16
2	3.15	2.35	4.48%	0.11
3	3.36	3.44	4.79%	0.16
4	3.28	2.57	4.67%	0.12
5	3.48	3.11	4.95%	0.15
6	3.72	3.54	5.29%	0.19
7	3.43	3.19	4.88%	0.16
8	3.18	3.13	4.52%	0.14
9	3.59	3.38	5.11%	0.17
10	3.56	3.33	5.07%	0.17
11	3.50	3.44	4.98%	0.17
12	3.46	3.48	4.92%	0.17
13	3.68	3.47	5.23%	0.18
14	3.65	3.35	5.19%	0.17
15	3.63	3.47	5.16%	0.18
16	3.71	3.38	5.28%	0.18
17	3.65	3.46	5.19%	0.18
18	3.77	3.51	5.37%	0.19
19	3.47	3.25	4.94%	0.16
20	3.54	3.17	5.04%	0.16
Total	70.28	65.28	1.00	
Weighted Total				3.27
Satisfaction Index				81,87

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa hasil CSI untuk atribut kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bacarito Kopi, dari rumus CSI yaitu  $CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\%$  didapat sebesar 81,87%.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada *Coffeeshop* Bacarito Kopi sebesar 81,87%. Nilai tersebut berada pada rentang nilai CSI diantara 81% - 100% yang berarti bahwa pelanggan merasa sangat puas atas kinerja Bacarito Kopi.

### REFERENSI

- [1] Atmaja, J. (2018). *Ecodemica*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis (Vol 2).
- [2] Fitriana, Dewi et.al.2014. *Pengukuran Kepuasan Kontraktor terhadap Kinerja Klien Pada Proyek Konstruksi Swasta*. Jurnal Teknik Sipil, Vol. 3, No.1, Tahun 2014.
- [3] Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi VII). Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [4] Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: AlfaBeta
- [5] Kotler, P., & Gary Armstrong. (2009). *Marketing: An Introduction* (Ninth Edit). USA: Pearson Prentice Hall
- [6] Suliyanto. (2009). *Metode Riser Bisnis*. Yogyakarta: Ando