

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP

Gurit Hendra Pratomo¹, Levyda Levyda^{2*}

¹Universitas Sahid Jakarta, hendragurit@gmail.com

²Universitas Sahid, Jakarta, levyda@usahid.ac.id

Email Korespondensi: levyda@usahid.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan coffee shop yang pesat menyebabkan persaingan antar coffee shop semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi pada kepuasan pengunjung Kopi Jawa Bogor. Jumlah sampel penelitian ini adalah 35 pengunjung yang diambil dengan menggunakan purposive sampling. Dari hasil penelitian ini kepuasan pengunjung coffee shop dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi coffee shop. Harga tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung. Untuk meningkatkan kepuasan, pengelola coffee shop fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan lokasi.

Kata Kunci: Kepuasan Pengunjung, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Coffee Shop

ABSTRACT

The rapid growth of coffee shops has led to increasingly competitive competition between coffee shops. This study aims to examine the effect of service quality, price and location on visitor satisfaction for Kopi Jawa Bogor. The number of samples in this study were 35 visitors who were taken using purposive sampling. From the results of this study, the satisfaction of coffee shop visitors is influenced by the quality of service and the location of the coffee shop. Prices have no effect on visitor satisfaction. To increase satisfaction, coffee shop managers focus on improving service quality and location.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Price, Location, Coffee Shop

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis coffee shop di Indonesia sehingga persaingan coffee shop semakin kompetitif. Kopi Jawa Ranah Sareal Bogor merupakan salah satu *coffee shop* yang terletak di Bogor. Kopi Jawa Bogor buka pertengahan tahun 2019. Disekitar lokasi, ada beberapa coffee shop yang berpotensi menjadi pesaing Kopi Jawa. Berdasarkan rating di google map adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Rating Coffee Shop di Tanag Sareal Bogor

No	Coffee Shop	Rating
1	Kopi Jawa Bogor	4,7
2	Kromosom 78 Kopi	4,7
3	Kopi Nobis	4,6
4	Kopi Vil kud	4,9
5	Kopi Harra	4,5
6	Qopy Malabar	4,9
7	Kopi Sejenak	4,7
8	Kopi Poe	4,4
9	Warung Kopi Pemuda	4,5
10	Kopi Abdi	4,9

Sumber: google map rating

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa Kopi Jawa Bogor termasuk kedalam penilaian yang baik dengan rate sebesar 4,7, namun ketatnya pesaing di lokasi tersebut maka kualitas Kopi Jawa Bogor perlu ditingkatkan lagi. Persaingan berdampak pada jumlah pengunjung. Perkembangan jumlah pengunjung selama bulan Januari-Juni 2020 sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Bulan Juni-Juli 2020

Bulan	Pengunjung
Januari	954
Februari	1150
Maret	980
April	924
Mei	893
Juni	840

Sumber : Kopi Jawa

Selain menghadapi persaingan tajam Kopi Jawa juga memperbaiki keluhan-keluhan pelanggan terutama dalam kecepatan pelayanan dan keramahan pelanggan agar pelanggan puas. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja (atau hasil) produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan (Kotler & Keller, 2016, p. 153). Jika kinerja atau pengalaman kurang dari harapan, pelanggan tidak puas, jika sesuai dengan harapan, pelanggan puas dan jika melebihi harapan, pelanggan sangat

puas atau senang. Kepuasan pelanggan sangat penting karena berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan coffee shop (Michelle & Hotlan Siagian, 2019) (Prayogo & Cokki, 2021)(Julianto et al., 2021)

Kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Arif & Ekasari, 2020; Budi, 2020; Julianto et al., 2021; Michelle & Hotlan Siagian, 2019), harga (Arif & Ekasari, 2020; Mariansyah & Syarif, 2020) dan lokasi (Arif & Ekasari, 2020; Dewi et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas coffee shop berpengaruh pada kepuasan pelanggan

H2 : Harga coffee shop berpengaruh pada kepuasan pelanggan

H3 : Lokasi coffee shop berpengaruh pada kepuasan pelanggan

Kualitas merupakan penilaian pelanggan tentang keunggulan superior produk secara keseluruhan (Zeithaml, 1988). Kualitas diukur dengan dimensi tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang dikenal dengan SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). Dalam Collin dictionary harga adalah jumlah uang yang harus dibayar atas produk yang dibeli. Pada penelitian ini, harga diukur dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk. kesesuaian harga dengan manfaat, harga bersaing, keterjangkauan harga. Lokasi diukur dengan akses, visibilitas dan lalu lintas (Ratih, 2017)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data berasal dari 35 orang pengunjung. Data diolah dengan SPSS versi 23. Untuk mendeskripsikan penilaian kualitas, harga, dan lokasi serta kepuasan pelanggan, digunakan nilai rata-rata. Validitas pengukuran diuji dengan koefisien korelasi product moment (Sugiyono, 2017) sedangkan uji reliabilitas digunakan cronbach alpha. Semua indikator persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan memiliki nilai korelasi (r hitung) $> 0,334$ (r tabel) dengan α sebesar 5% atau 0,05 maka semua indikator valid. Cronbach's Alpha persepsi harga sebesar 0,912, kualitas pelayanan sebesar 0,892, lokasi sebesar 0,806 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,788. Semua lebih besar dari 0,6 sehingga disimpulkan semuanya reliabel. Hasil uji validitas Persepsi Harga sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga

No.	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.	0,821	0,334	valid
2.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor sangat terjangkau.	0,844	0,334	valid
3.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor dapat bersaing dengan pesaing.	0,762	0,334	valid
4.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor merupakan alasan untuk berkunjung kembali.	0,865	0,334	Valid

5.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor lebih rendah daripada harga di coffeeshop lainnya.	0,892	0,334	Valid
6.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor cukup stabil.	0,845	0,334	Valid

Seluruh indikator Persepsi Harga, dinyatakan valid karena nilai kolerasi (r hitung) lebih besar dari 0,334 (r tabel). Hasil uji validitas kualitas pelayanan, sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kopi yang dipesan di Kopi Jawa Bogor sangat cepat tersaji.	0,781	0,334	valid
2.	Fasilitas di Kopi Jawa Bogor sangat memuaskan.	0,706	0,334	valid
3.	Pelayanan di Kopi Jawa Bogor sangat cepat.	0,807	0,334	valid
4.	Sikap karyawan di Kopi Jawa Bogor sangat ramah.	0,774	0,334	valid
5.	Kondisi di Kopi Jawa Bogor sangat nyaman	0,783	0,334	valid
6.	Penampilan di Kopi Jawa Bogor sangat rapih	0,705	0,334	valid
7.	Saya merasa aman di Kopi Jawa Bogor	0,803	0,334	valid
8.	Karyawan sangat perhatian terhadap setiap kebutuhan konsumen	0,714	0,334	valid

Seluruh indikator Kualitas Pelayanan, dinyatakan valid karena nilai kolerasi (r hitung) lebih besar dari 0,334 (r tabel). Hasil uji validitas Lokasi, sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Lokasi

No.	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Papan nama di Kopi Jawa Bogor sangat jelas sehingga mdah dikenali.	0,831	0,334	valid
2.	Lokasi Kopi Jawa Bogor dapat diakses transportasi umum dengan mudah.	0,895	0,334	valid
3.	Lokasi Kopi Jawa Bogor mudah ditemukan.	0,803	0,334	valid
4.	Arus lalu lintas di Kopi Jawa Bogor sangat stabil	0,704	0,334	valid

Seluruh indikator Lokasi, dinyatakan valid karena nilai kolerasi (r hitung)

lebih besar dari 0,334 (r tabel). Hasil uji validitas Kepuasan, sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kepuasan

No.	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Saya puas dengan kinerja karyawan di Kopi Jawa Bogor	0,841	0,334	valid
2.	Saya merasa Kopi Jawa Bogor sudah sesuai harapan saya.	0,830	0,334	valid
3.	Saya bersedia merekomendasikan Kopi Jawa Bogor kepada teman atau keluarga saya.	0,855	0,334	valid

Seluruh indikator Lokasi, dinyatakan valid karena nilai kolerasi (r hitung) lebih besar dari 0,334 (r tabel).

Hipotesis diuji dengan uji t-student. Untuk artikel yang bukan berupa hasil penelitian maka dapat berisi tentang penjelasan mengenai subyek yang menjadi fokus pembahasan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden Kopi Jawa Bogor mayoritas berusia 15-25 tahun yaitu sebanyak 34 orang (97,1%), sisanya (2,9%) berusia 35-45 tahun 2,9%. Responden wanita sebanyak 10 orang atau 28,6% dan responden pria sebanyak 25 orang atau 71,4%. Frekuensi berkunjung dalam kurun waktu 3 bulan di Kopi Jawa Bogor yaitu berkunjung sebanyak 1 kali yaitu 16 orang atau 45,7%, responden tingkat berkunjung 2 kali sebanyak 8 orang atau 22,9%, responden tingkat berkunjung 3 kali sebanyak 5 orang atau 14,3%, dan responden tingkat berkunjung lebih dari 3 kali sebanyak 6 orang atau 17,1%. Varian Kopi Susu Favorit responden di Kopi Jawa Bogor yaitu Jawara sebanyak 28 orang atau 80,0%, responden menyukai Srikandi sebanyak 6 orang atau 17,1%, responden menyukai Bub's sebanyak 1 orang atau 2,9%. Persepsi pelanggan tentang harga Kopi Jawa dideskripsikan sebagai berikut.

Tabel 7. Persepsi Pengunjung Pada Harga

No.	Pernyataan	Nilai Rata-rata
1.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.	4,17
2.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor sangat terjangkau.	4,17
3.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor dapat bersaing dengan pesaing.	3,91

4.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor merupakan alasan untuk berkunjung kembali.	3,77
5.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor lebih rendah daripada harga di coffeeshop lainnya.	3,62
6.	Harga kopi di Kopi Jawa Bogor cukup stabil.	3,91

Persepsi pengunjung pada harga di Kopi Jawa yang terbaik adalah harga produk terjangkau, sesuai dengan kualitas, bersaing dan stabil. Sedangkan persepsi pengunjung tentang harga sebagai alasan untuk berkunjung kembali dan lebih rendah dari coffee shop lain, cukup baik. Pemilik coffee shop perlu meninjau kembali apakah harga yang telah ditetapkan.

Tabel 8. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Nilai Rata-rata
1.	Kopi yang dipesan di Kopi Jawa Bogor sangat cepat tersaji.	4,14
2.	Fasilitas di Kopi Jawa Bogor sangat memuaskan.	4
3.	Pelayanan di Kopi Jawa Bogor sangat cepat.	4,05
4.	Sikap karyawan di Kopi Jawa Bogor sangat ramah	4,4
5.	Kondisi di Kopi Jawa Bogor sangat nyaman.	3,91
6.	Penampilan karyawan di Kopi Jawa Bogor sangat rapih.	3,19
7.	Saya merasa aman di Kopi Jawa Bogor.	3,85
9.	Karyawan sangat perhatian terhadap setiap kebutuhan konsumen	3,91

Kualitas pelayanan yang terbaik adalah keramahan karyawan, kecepatan penyajian dan kecepatan pelayanan. Meskipun pengunjung merasa cukup aman, nyaman, dan karyawan yang rapih, namun aspek-aspek ini perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui pelatihan karyawan dan pembuatan dan pelaksanaan *standar operation & procedure* yang memastikan kualitas sesuai standar.

Tabel 9. Lokasi

1.	Papan nama di Kopi Jawa Bogor sangat jelas sehingga mudah dikenali.	3,85
2.	Lokasi di Kopi Jawa Bogor dapat diakses transportasi umum dengan mudah.	4,02
3.	Lokasi Kopi Jawa Bogor mudah ditemukan.	4,11
4.	Arus lalu lintas di Kopi Jawa Bogor sangat stabil.	3,82

Penilaian pengunjung tentang keunggulan lokasi Kopi Jawa Bogor adalah lokasinya mudah temukan pengunjung dan mudah diakses. Arus lalu lintas disekitar coffee shop relatif sulit sedangkan papan nama diperbaiki agar terlihat jelas.

Tabel 10. Kepuasan pelanggan

No.	Pernyataan	Nilai Rata-rata
1.	Saya puas dengan kinerja karyawan di kopi jawa bogor.	3,91
2.	Saya merasa kopi jawa bogor sudah sesuai harapan saya.	4,02
3.	Saya bersedia merekomendasikan kopi jawa bogor ke teman atau keluarga saya	4

Kepuasan pengunjung pada Kopi Jawa Bogor tergolong tinggi, namun masih perlu ditingkatkan mengingat persaingan antar coffee shop sangat tinggi.

Tabel 11. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,410	1,022		2,357	,025
Presepsi harga	-,072	,049	-,191	-1,463	,154
Kualitas pelayanan	,223	,055	,636	4,021	,000
Lokasi	,259	,094	,416	2,750	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Berdasarkan hasil uji t-student, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis 1 diterima. Hasil ini mendukung kesimpulan Michelle & Hotlan Siagian (2019), Arif & Ekasari (2020) dan Mariansyah & Syarif (2020) serta Dewi et.al (2021). Lokasi berpengaruh pada kepuasan pengunjung dengan tingkat signifikansi 0,10, sehingga hipotesis 3 diterima. Kesimpulan ini mendukung kesimpulan Dewi (Dewi et al., 2021) dan Arif & Ekasari (Arif & Ekasari, 2020). Secara signifikan persepsi harga tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung, sehingga hipotesis 2 ditolak. Kesimpulan ini berbeda dengan kesimpulan Arif & Ekasari (2020) dan Mariansyah & Syarif (2020). Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Kopi Jawa Bogor, difokuskan pada perbaikan kualitas pelayanan dan lokasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur kepuasan pengunjung coffee shop sangat penting karena berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian ini, kepuasan pengunjung coffee shop dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi. Harga tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung. Dengan demikian pengelola Kopi Jawa Bogor fokus pada perbaikan kualitas pelayanan dan lokasi. Kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan adalah keamanan, kenyamanan dan kerapian karyawan. Lokasi yang diperlu ditingkatkan ada papan nama agar mudah dilihat pengunjung. Untuk memperkuat hasil penelitian ini, maka perlu dilakukan pengkajian sejenis. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk menambahkan kualitas produk sebagai prediktor kepuasan pengunjung coffee shop.

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah sampel. Kontribusi penelitian ini adalah pengukuran persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pengunjung coffee shop yang valid dan reliable sehingga dapat dipakai untuk penelitian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146.
- Budi, A. L. M. dan A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 99–106.
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, I. M. S. (2021). pengaruh store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Langkah Coffee Shop. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 1–15.
- Julianto, A. R., Amnilis, & Gusriati. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN KOPI PADA MASA NEW NORMAL DI COFFEE SHOP KOTA PADANG Ade. *Jurnal Research Pertanian*, 1(1), 94–100.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Michelle & Hotlan Siagian. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee and Cantina. *Jurnal Agro*, 7(1).
- Parasuraman, A. ; Zeithaml, V. A. ; & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc. *Journal of Retailing; Spring*, 64.
- Prayogo, G., & Cokki, C. (2021). Determinan Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Di Dharmasraya. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1009. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13474>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions Of Price , Quality , And Value : A Means-. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.