

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI UPTOWN BREW, GREENLAKE CITY, TANGERANG

Linda Desafitri¹, Irfal², Brian Justin³

^{1,2,3}Program Studi Sarjana Terapan Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jakarta
e-mail: lindadesafitri@stptrisakti.ac.id, irfal@stptrisakti.ac.id, brian@stptrisakti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan jenis *simple random sampling*. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake selama bulan Januari-Maret 2022 berjumlah 10.003 orang. Dengan teknik rumus Slovin jumlah yang diperoleh adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert 1-5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Memberikan pelayanan yang baik akan terwujud kepuasan pelanggan dan pembelian ulang pun akan terjadi serta rekomendasi kepada pihak ketiga akan berlanjut. Kedai Kopi Uptown Brew perlu strategi dan cara untuk dapat mengedepankan preferensi dan kesukaan pembeli seperti penyajian kopi bagi casual drinkers akan berbeda bagi mereka pecinta kopi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction. This type of research is descriptive quantitative with a simple regression analysis method. The sampling technique used is probability sampling with simple random sampling. The population in the study were all customers of the Uptown Brew Greenlake Coffee Shop during January-March 2022 totaling 10,003 people. Using the Slovin formula technique, the number obtained is 100 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires with a Likert scale of 1-5. The results of the study show that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Providing good service will create customer satisfaction and repeat purchases will occur and recommendations to third parties will continue. The Uptown Brew Coffee Shop needs a strategy and a way to be able to put forward the preferences and preferences of buyers such as serving coffee for casual drinkers will be different for coffee lovers.

Keywords : Service Quality, Customers Satisfaction

1. Pendahuluan

Di era globalisasi sekarang ini, kedai kopi menjadi pesaing sengit bagi kafe-kafe berkelas yang sudah memiliki nama besar. Masyarakat kini lebih memilih kedai kopi yang memiliki kualitas minuman dan makanan yang baik namun harganya lebih terjangkau (Marie et al, 2022). Kedai kopi dan kafe menawarkan produk makanan dan minuman dengan harga yang kompetitif agar tidak kehilangan konsumen. Para pelaku usaha kedai kopi pun selalu memberikan promosi menarik untuk mengambil hati agar para konsumen baru datang berkunjung (Afriyanti & Rasmikayati, 2018).

Para pelaku usaha kedai kopi harus berpikir kritis dan mampu dengan cermat mengikuti trend yang sedang terjadi setiap saat, hal ini dikarenakan setiap hari, bulan ataupun tahun trend akan selalu bergerak secara pesat (Rasmikayati, 2020). Selain kualitas makanan dan minuman yang baik, ada pula hal yang bisa meningkatkan kualitas bisnis kedai kopi, yaitu tentang bagaimana cara sebuah usaha kedai kopi memiliki kualitas pelayanan yang baik (Igiasi, 2017).

Ekspetasi konsumen dapat terpenuhi terlihat dari tingkat pelayanan yang diberikan semaksimal mungkin, sehingga konsumen puas karena harapan konsumen terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terwujud dengan tepat (Sembiring et al, 2022). Layanan yang sesungguhnya diharapkan dengan persepsi konsumen atas layanan yang nyata mereka terima merupakan dua faktor utama kualitas pelayanan (Amrullah et al, 2022). Jika layanan yang diterima melebihi apa yang konsumen ekspektasikan, maka persepsi kualitas jasa merupakan kualitas yang berhasil atau ideal, tetapi jika konsumen menerima pelayanan yang buruk dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan, maka persepsi akan kualitas jasa diterima adalah buruk atau negatif (Setiawan et al, 2022).

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu (Kahfi & Nugraha, 2022): (1) *Tangibles* meliputi sarana komunikasi, peralatan, perlengkapan dan fasilitas fisik yang diciptakan dalam bentuk yang nyaman, informatif dan menarik yang akan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen. (2) *Reliability* adalah produsen memberikan layanan yang tepat waktu dan dapat dipercaya yang berhubungan dengan keahlian penguasaan dari penyelenggara produk jasa layanan. (3) *Responsiveness* adalah keinginan atau keinginan untuk memberikan dan membantu mendapatkan produk dan jasa yang diperlukan konsumen yang mampu memberikan respon yang baik dan cepat, pertolongan dan informasi lengkap. (4) *Assurance* meliputi sifat dapat dipercaya, kesopanan, keramahan, kemampuan dan pengetahuan ketika terjalin kontak langsung antara pembeli dengan penjual, sehingga konsumen akan memutuskan membeli jasa atau produk yang dijual. (5) *Emphaty* meliputi perusahaan mampu melakukan kontak personel dalam pemahaman kesulitan atau kebutuhan yang diperlukan konsumen dengan berkomunikasi penuh perhatian agar konsumen merasa tidak salah tingkah dan nyaman.

Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan yang baik maka akan berdampak pada kepuasan konsumen yang berakibat pada peningkatan penjualan, sehingga keuntungan bisnis dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis usaha pelayanan makanan dan minuman dapat memberikan efek yang sangat baik terhadap jalannya bisnis usaha (Nasution et al, 2022). Hal ini dikarena inti dari bisnis pelayanan adalah pada puas atau tidaknya konsumen kita menikmati apa yang kita sajikan kepada mereka, terdapat kaitan antara pelayanan yang berkualitas, konsumen yang puas, dan keuntungan usaha (Tarigan et al, 2021). Dengan kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan yang didapat sesuai maka akan membuat tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan akan tinggi (Ratnaningtyas et al, 2022).

Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City adalah kedai kopi yang berlokasi di Greenlake City, Kota Tangerang, Provinsi Banten yang berdiri pada tahun 2017, yang pengunjungnya banyak didominasi oleh kaum milenial yang berusia 17 tahun sampai dengan 25 tahun. Jam operasional kedai kopi ini adalah pukul 11.00-12.00. Tidak hanya minuman kopi saja yang tersedia di sini, beberapa minuman non kopi juga menarik untuk dicoba. Uptown Brew pun juga memanjakan lidah para pengunjungnya dengan makanan ringan dan makanan berat seperti Cireng, Fried Tofu, French Fries, Pasta, Nasi Goreng, Cireng, dan lain-lain. Minuman yang cukup menarik perhatian bagi tim Coffeelocator yaitu Hot Avocado Latte. Dengan rasa yang cukup nikmat, gurih, dan unik, tim Coffeelocator cukup kaget dengan harga segelas Hot Avocado Latte ini. Harganya hanya Rp 26.000,00, relatif terjangkau untuk minuman yang berbasis Espresso dengan tambahan Susu dan Avocado.

Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama dari bisnis Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi juga keuntungan Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City yang bisa diambil dari bisnis kedai kopi ini, maka Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City harus memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen untuk datang berkunjung ke kedai kopi tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi Uptown Brew, Tangerang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penilaian mengenai kepuasan pelanggan agar pemilik usaha mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat lebih meningkatkan atau mempertahankan kualitas pelayanan.

2. Metode

Penelitian ini berlokasi di Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan regresi linier sederhana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake selama bulan Januari-Maret 2022 berjumlah 10.003 orang. Dengan teknik rumus Slovin jumlah yang diperoleh adalah 100 responden.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{10.003}{1 + 10.003(0,1)^2}$$

$$n = \frac{10.003}{1 + 100,03} = \frac{10.003}{101,03} = 99,01 = 100 \text{ responden}$$

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	34	34 %
Perempuan	66	66 %
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa responden penelitian ini didominasi yang berjenis kelamin perempuan karena perempuan lebih menikmati santai dan berdiskusi dengan teman-temannya di Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
< 17 Tahun	23	23%
17-25 Tahun	67	67%
25-33 Tahun	6	6%
> 33 Tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa responden mayoritas dalam penelitian ini berusia 17-25 tahun dengan jumlah 67 orang (67%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen di Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City adalah orang yang dalam usia produktif yang dimana nilai konsumsi produk pada jangka usia ini lumayan besar ditambah dengan konsumsi kopi yang semakin terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent
Pelajar/Mahasiswa	5	5%
Pegawai Negeri	40	40%
Wiraswasta	21	21%
Karyawan Swasta	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 3 responden mayoritas dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri (40%) dan diikuti Karyawan Swasta (34%). Hal ini dikarenakan lokasi kedai cukup dekat dengan beberapa gedung perkantoran dan instansi pemerintahan seperti Kelurahan Petir.

Secara finansial, Pegawai Negeri dan Karyawan Swasta mampu untuk secara rutin untuk membeli produk dari Uptown Brew Green Lake City yang dijual dengan kisaran harga Rp 15.000 – Rp 50.000.

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frequency	Percent
<Rp. 1.000.000	24	24%
Rp. 1.000.000 - Rp. 4.000.000	36	36%
Rp. 4.000.000 - Rp. 7.000.000	31	31%
> Rp. 7.000.000	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4 responden mayoritas dalam penelitian memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 7.000.000. Hal ini didukung dengan karakteristik pekerjaan responden didominasi oleh pegawai negeri dan karyawan swasta yang memiliki pendapatan di atas UMK.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi Berkunjung	Frequency	Percent
1-3 Kali	50	50%
3-6 Kali	36	36%
6-10 Kali	12	12%
>10 Kali	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan table 5 diketahui bahwa kuesioner ini didominasi oleh responden yang telah berkunjung 1-3 kali. Hal ini dikarenakan Uptown Brew Green Lake City yangg berdiri tahun 2017 masih belum banyak memilik pelanggan tetap dan terkena dampak pandemic covid-19 selama 2 tahun.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Sub Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	X1	0,730	0,195
		X2	0,671	0,195
		X3	0,701	0,195
	<i>Reliability</i>	X4	0,634	0,195
		X5	0,751	0,195
		X6	0,782	0,195
	<i>Responsive</i>	X7	0,774	0,195
		X8	0,725	0,195
		X9	0,629	0,195
	<i>Assurance</i>	X10	0,708	0,195
		X11	0,782	0,195
		X12	0,767	0,195
	<i>Emphaty</i>	X13	0,722	0,195
		X14	0,759	0,195
		X15	0,653	0,195

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pembeli (Y)

Variabel	Sub Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel
Kepuasan Pembeli	Kualitas Produk	Y1	0,715	0,195
		Y2	0,666	0,195

Variabel	Sub Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel
		Y3	0,809	0,195
		Y4	0,780	0,195
Kualitas Pelayanan		Y5	0,811	0,195
		Y6	0,839	0,195
Emosional		Y7	0,821	0,195
		Y8	0,878	0,195
Harga		Y9	0,809	0,195
		Y10	0,745	0,195
Kemudahan		Y11	0,816	0,195
		Y12	0,851	0,195
		Y13	0,683	0,195

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 6 dan tabel 7 tentang hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS, diketahui bahwa semua pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pembeli (Y) dengan jumlah responden sebanyak 100, memiliki nilai r-hitung > r-tabel (0,195) dengan tingkat signifikansi 5%. Pada penelitian ini nilai df didapatkan lewat rumus $df = N-2$ sehingga nilai 100 adalah nilai df pada penelitian ini. Kesimpulan dari hasil uji ini adalah bahwa semua pernyataan dari kuesioner yang telah dibagikan, pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pembeli (Y) dinyatakan valid, yang berarti setiap pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden dapat dimengerti.

Tabel 8. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	15

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,912 > 0,80 maka diketahui bahwa semua pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) yang berjumlah 15 butir dinilai sangat reliabel.

Tabel 9. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pembeli (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	13

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 9 diketahui bahwa variabel terikat Kepuasan Pembeli (Y) mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,898 > 0,80 maka diketahui bahwa semua pertanyaan pada variabel Kepuasan Pembeli (Y) yang berjumlah 13 butir dinilai sangat reliabel.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.984	2.989		1.667	.099
Kualitas Pelayanan	.802	.047	.863	16.938	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel yang disajikan dapat diketahui bahwa nilai koefisien konstanta pada hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pembeli (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Dengan demikian persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pembeli.

Dalam hal ini membuktikan bahwa Kedai Kopi Uptown Brew harus memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya agar dapat memuaskan pelanggan. Dengan pemberian pelayanan yang baik untuk konsumen Kedai Kopi Uptown Brew, maka akan terwujud konsumen yang puas karena harapan konsumen dapat terpenuhi terlihat dari pelayanan yang diberikan semaksimal mungkin, sebab layanan yang diterima konsumen Kedai Kopi Uptown Brew merupakan kualitas pelayanan yang berhasil atau ideal. Setelah itu konsumen membandingkan pelayanan Kedai Kopi Uptown Brew dengan kedai kopi lainnya, ternyata kualitas layanan Kedai Kopi Uptown Brew lebih unggul dari kedai kopi lainnya, maka banyak para konsumen yang berkunjung dan pembelian ulang pun terus berlanjut dan akan merekomendasikan ke banyak orang dari saudara, teman, tetangga, dan lainnya. Maka dari itu, Kedai Kopi Uptown Brew dari sekarang memfokuskan pada kualitas pelayanan yang baik, karena kualitas layanan yang sesungguhnya diharapkan berhubungan dengan persepsi konsumen atas layanan yang nyata mereka terima.

Keluhanan pelanggan perlu diperhatikan oleh pemilik usaha dengan cara melakukan konfirmasi dan menerima keluhan dengan baik agar pelanggan merasa bahwa mereka merasa diperhatikan. Respon berikutnya adalah dengan segera meminta maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang telah disebabkan oleh kesalahan tersebut. Lebih lanjut, keluhan harus ditanggapi dengan cepat agar hubungan baik dengan pelanggan tetap terjaga.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sembiring, et al (2022) dan Tarigan, et al (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena saat sekarang sangat dirasakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang krusial dalam menghadapi dan memenangkan persaingan di dunia usaha.

4. Simpulan dan Saran

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh pihak pengelola Kedai Kopi Uptown Brew akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menunjukkan bahwa kepuasan akan tercipta karena adanya pelayanan yang baik diberikan konsumen, sehingga konsumen akan berulang melakukan pembelian dan menceritakan kepada orang lain agar berkunjung di Kedai Kopi Uptown Brew. Kualitas layanan yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan karena selalu memperhatikan keluhan pelanggan, tanggap pada komplain, dan memberikan solusi terbaik.

Kedai Kopi Uptown Brew perlu meningkatkan kualitas rasa dari produk makanan dan minumannya. Oleh karena itu diperlukan strategi dan cara untuk dapat mengedepankan preferensi dan kesukaan pembeli, baik untuk makanan dan minuman. Misalnya, penyajian kopi bagi casual drinkers akan berbeda bagi mereka pecinta kopi, maka perlu dipertimbangkan pengadaan menu spesial/khusus bagi kedua jenis pembeli ini.

Daftar Pustaka

- Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2018). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(3): 856-872.
- Amrullah., Taviprawati, E., & Permatasari, D. (2022). The Effect of Product Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Pempek 888 Taman Kenten Palembang Restaurant. *TRJ: Tourism Research Journal*, 6(1): 49-59.
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1): 19-28.
- Kahfi, G. A., & Nugraha, R. N. (2022). The Effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on Tourist Satisfaction in Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol After The Implementation of The Covid-19 Vaccination. *TRJ: Tourism Research Journal*, 6(1): 127-139.

- Marie, A. L., Sulisty, T. D., & Ratnaningtyas, H. (2022). Factors Influencing Changes in Consumer Behavior in Choosing Coffee Outlets in Jakarta During the Covid-19 Pandemic. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(2): 120-131.
- Nasution, D. Z., Gantina, D., & Fitriana, R. 2022. Pemanfaatan Aplikasi Pemesanan Makanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(1): 51-59.
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., & Saefudin, B. R. (2020). Keragaan, Potensi Dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works). *Agritekhn (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan)*, 1(1): 26-45.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniaty, F., & Amrullah. (2022). The Effect of 4p on The Decision to Visit Ampere 2 Tak Veteran's Restaurant Bintaro, Jakarta Selatan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1): 149-159.
- Sembiring, V. A., Prabandari, W. D., & Darsiah, A. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Roti Bakar 88 Poris Tangerang. *TRJ: Tourism Research Journal*, 6(2): 160-170.
- Setiawan, C., Octarina, D., & Pangosta, J. R. (2022). The Effect of Promotion on Purchase Decision at Cafe Praja Bintaro, South Tangerang. *TRJ: Tourism Research Journal*, 6(1): 39-48.
- Tarigan, E., Sembiring, V. A., & Taviprawati. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Kerja Pada Karyawandi Rumah Makan Palinggihan Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2): 133-142.