

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI ARDA KOFFIE KEDIRI

Arnistia Dwi Ningtyas¹, Jione Oktabriana Sari², Yunia Dwi Safana³, Ari Syakura Najib⁴, Arthur Daniel Limantara⁵
^{1),2),3),4)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
⁵⁾ Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Cahaya Surya, Kediri, Indonesia
safanayuniadwi@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 13/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

Abstract

This study aims to determine the level of customer satisfaction and the factors that influence it. Service quality can affect consumer satisfaction. Low service quality not only makes the customer feel disappointed but can also affect other people. Various styles and themes have emerged for each coffee shop to attract and satisfy consumers. Starting from the coffee raw materials used, the coffee menu creations offered and the coffee side dish menu. Coffee shops must continue to be modified to achieve customer satisfaction and increase interest in visiting to become loyal visitors. The method used in this research is survey method. The results of data analysis in this study support the proposed hypothesis. Product quality, facilities and location have a partial or simultaneous influence on customer satisfaction and the location variable has a dominant influence.

Keywords: Product Quality, Satisfaction Factor, Facility, Location

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Rendahnya kualitas pelayanan, tidak hanya membuat pelanggan tersebut merasa kecewa tetapi juga dapat berdampak kepada orang lain. Berbagai gaya dan tema bermunculan untuk kedai kopi masing-masing agar menarik dan memberi kepuasan pada konsumen. Mulai dari bahan baku kopi yang digunakan, kreasi menu kopi yang ditawarkan serta menu makanan pendamping kopi. Kedai kopi harus terus dimodifikasi untuk mencapai kepuasan pelanggan dan meningkatkan minat berkunjung menjadi pengunjung yang loyal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Hasil analisis data dalam penelitian mendukung secara hipotesis yang diajukan. Kualitas produk, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen dan variabel lokasi memiliki pengaruh yang dominan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Faktor Kepuasan, Fasilitas, Lokasi

PENDAHULUAN

Coffe shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat audio ataupun live musik. Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke coffe shop tidak hanya untuk mencicipi kopi yang disediakan melainkan menikmati kualitas layanan pada coffe shop tersebut.

(Andiani, 2018) menyatakan bahwa kebiasaan meminum kopi bagi sebagian masyarakat sudah menjadi gaya hidup atau lifestyle yang terus berkembang. Gaya hidup meminum kopi yang dianut oleh masyarakat Indonesia menimbulkan potensi yang positif bagi pertumbuhan permintaan kopi dalam negeri. Fakta menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia sendiri masih jauh lebih rendah dibandingkan negara-negara bagian Eropa dan Amerika. Secara umum, Indonesia termasuk salah satu konsumen kopi dengan konsumsi 6,38% dari konsumsi total negara eksportir kopi dunia. Data yang dikeluarkan oleh International Coffee Organization (ICO) menunjukkan bahwa negara Finlandia merupakan negara dengan tingkat konsumsi kopi tertinggi di dunia yaitu sebanyak 12 kg per kapita per tahunnya. Menurut Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) bahwa konsumsi dalam negeri pada tahun 2018 sebanyak 2 kg per kapita per tahun.

Untuk mempertahankan usaha coffe shop ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas pelayanan, dan promosi harga yang akan mengacu kepada kepuasan konsumen.

Kebersihan makanan adalah masalah kebersihan yang menyangkut pada makanan yang harus dijaga supaya makanan tidak terkontaminasi bakteri sehingga orang yang mengkonsumsi terhindar dari penyakit. Oleh

karena itu suatu bisnis dan usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman harus memiliki kualitas pelayanan yang baik agar dapat memberi kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam pemasaran. Kepuasan telah menjadi subjek penelitian konsumen yang dilakukan banyak usaha bisnis untuk mengetahui apakah keinginan dari konsumen. Usaha bisnis melihat pentingnya kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas produk yang baik, merek yang sudah dikenal, serta loyalitas konsumen dalam membeli suatu produk. Tujuannya adalah memberikan keuntungan yang lebih pada konsumen. Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa; bila kinerja sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas (Hayati & Hakim, 2014).

Secara umum kedai kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Kedai kopi adalah bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Kedai kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat untuk menunjang taraf gaya hidup masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat.

kebutuhan Industri coffee shop di Kediri dalam beberapa kurun tahun terakhir terus bertambah dan meningkat di kota Kediri, meningkatnya produksi kopi yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi dengan produk-produk yang dihasilkan oleh industri kopi pada dasarnya berupa kopi bubuk. Produksi kopi yang terus meningkat menunjukkan bahwa konsumen kopi di kota Kediri merupakan peluang pasar yang besar bagi kalangan pengusaha dalam berinvestasi dibidang industri kopi.

Selain pola sosial masyarakat di kota Kediri dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, dan praktis penyajian dengan citarasa yang sesuai dengan citarasa konsumen kota Kediri. Taraf gaya hidup masyarakat kawla muda di kota Kediri mendorong pola konsumsi kopi yang pada umumnya menyukai kopi instant beralih ke kopi berbasis espresso yang disajikan di cafe. Sedangkan kopi instant dan kopi tubruk (kopi bubuk) masih merupakan konsumsi utama masyarakat atau penduduk di pedesaan dan golongan tua.

METODE

Arda coffee merupakan sebuah tempat yang berada di kota Kediri. Yang lebih tepatnya berada pada, JL. Untung Suropati No.53, Setono Gedong, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur. Dengan lokasi tersebut sangat strategis yang bertepatan di dekat jalan raya sehingga tidak menyulitkan konsumen dalam mencari lokasi kafe tersebut. Kafe ini menyajikan berbagai menu kopi yang dibandrol dengan harga yang murah dan bersahabat pada kantong masyarakat kota Kediri dengan mangsa pasar tingkat menengah atas. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh mutu dari layanan yang diberikan kepada konsumen. Ketersediaan fasilitas yang cukup moderen merupakan sumber daya fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen sebelum mendapatkan layanan jasa yang ditawarkan. Meningkatnya minat masyarakat pada kafe membuat bisnis kafe juga semakin banyak di kota Kediri, hal ini tentu saja berpengaruh pada bisnis Arda coffee di Kediri. Arda coffee memiliki konsep kafe yang tidak kalah moderen dengan beberapa kafe di kota Kediri sehingga dengan konsep tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen pada Arda coffee menghadapi banyaknya pesaing bisnis coffee shop di kota Kediri.

Arda coffee juga menyediakan beberapa fasilitas yang memadai sebagai fungsi dan keestetikaan yang menambahkan rasa kepuasan bagi pengunjung. Seperti yang telah diketahui pengunjung atau konsumen pada Arda coffee yang cenderung mahasiswa dan beberapa pekerja dengan menghabiskan waktu cukup lama di tempat untuk mengerjakan tugas ataupun beberapa pekerjaan dengan hal ini Arda coffee menyediakan beberapa fasilitas berupa wifi untuk menunjang kebutuhan pengunjung dalam mengakses internet, tak hanya itu fasilitas kecil seperti stop contact yang sangat dibutuhkan oleh kebanyakan pengunjung untuk mengisi daya laptop dan hp mereka saat berkunjung, fasilitas yang tak kalah penting namun sangat jarang ada pada beberapa coffee shop di Kediri yaitu musholla. Dengan mayoritas muslim di daerah Kediri penting adanya musholla sehingga pengunjung tidak kesulitan untuk menjalankan kewajiban ibadahnya jika saat berkunjung melewati waktu ibadah.

Tidak hanya itu Arda coffee juga menyediakan fasilitas pemesanan online yang bekerjasama dengan berbagai aplikasi platform sehingga dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk yang disediakan tanpa harus berkunjung ke tempat. Untuk pemesanan online Arda coffee juga menggunakan beberapa metode seperti tidak menggunakan es batu pada beberapa produk minuman sehingga pada waktu kurir mengantarkan

produk tersebut tidak akan mengurangi citarasa produk sampai pada tangan pembeli. Tidak hanya itu Arda coffie juga tidak menggunakan styrofoam untuk tempat bungkus beberapa menu mereka, namun mereka menggunakan jenis box kertas yang berbahan lebih aman terhadap kesehatan konsumen.

Perekonomian dengan era globalisasi yang meningkat dengan kemajuan masyarakat, hal ini berpengaruh pada tingkat kesibukan dan aktivitas masyarakat yang semakin meningkat, dimana salah satunya juga mengakibatkan terjadinya perubahan pola hidup masyarakat salah satunya cara mengkonsumsi minuman yang cukup disukai oleh masyarakat dunia yaitu kopi. Kualitas cita rasa yang dimiliki pada bisnis coffe shop akan menjadikan faktor penting yang berpengaruh pada pasar yang telah di targetkan sebelumnya, dengan itu arda koffie sangat selektif dalam pemilihan kualitas bahan baku. Dengan kualitas bahan baku yang premium arda koffie menyediakan produk yang cukup diminati pada konsumen di kota Kediri. Selain itu di era moderen ini arda koffie juga menggunakan alat pengoprasional yang cukup moderen sehingga adanya konsistensi cita rasa yang tidak akan pernah sama pada coffe shop di tempat lain, dengan produk yang berkualitas dan konsistensi citarasa yang memuaskan akan memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumen, sehingga meningkatkan rasa percaya untuk mengkonsumsi produk menjadi signifikan.

Dari observasi yang kami ketahui minat konsumen pada menu yang ada di Arda koffie cenderung memilih cafe latte yang merupakan jenis kopi memiliki bahan dasar espresso dan sateamed milk. Minuman latte ini memiliki rasa yang khas serta hiasan busa latte di atasnya dengan rasa yang cukup manis dan lembut menjadikan cafe latte ini menjadi menu pilihan utama konsumen dibandingkan dengan espresso yang cenderung lebih pahit. Selain cafe latte ada juga yang tak kalah laris yaitu menu frappe series, menu ini memiliki bahan dasar dari beberapa buah-buahan, susu, dan ice cream vanilla dengan bahan baku yang premium dengan rasa yang cenderung manis dan creamy dari ice cream vanilla sehingga adanya citarasa yang khas, menu satu ini menjadi pilihan utama para konsumen wanita yang cenderung tidak menyukai minuman berjenis kopi. Adanya kualitas dan cita rasa sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga suatu produk, harga sendiri merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Idealnya para konsumen selalu mencari kualitas tinggi dengan harga yang relatif terjangkau, namun setiap usaha juga memiliki target pasar yang dituju, Arda koffie memiliki fokus target pasar dengan menengah atas seperti mahasiswa, pekerja, dan beberapa orang menengah atas lainnya. Harga dari menu yang ada pada Arda koffie mulai dari 10.000 sampai kisaran 30.000, dengan harga menu tersebut sangat sesuai dengan pasar yang di targetkan. Hal ini diketahui dari observasi yang kami lakukan bahwa pelanggan dari arda koffie 70% adalah pelanggan tetap, dari data tersebut menunjukkan bahwasannya pelanggan sangat memperhatikan kualitas citarasa dengan ini otomatis berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga sesuai kualitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tingkat efisiensi usaha Arda coffie di Kediri dengan dengan cita rasa yang telah di sesuaikan dengan minat pasar di kota Kediri memberi peningkatan yang signifikan terhadap produk, tidak hanya cita rasa namun harga yang murah untuk target pasar menengah ke atas juga menjadi pertimbangan besar bagi pengunjung. Lokasi yang strategis juga memberi kemudahan pengunjung untuk datang ke lokasi tersebut.

Hal ini menunjukkan jika tingkat efisiensi usaha sangat besar bagi bisnis Arda coffie. Ketersediaan fasilitas dan alat yang cukup moderen serta kualitas layanan Arda coffie menyediakan beberapa fasilitas yang memadai sebagai fungsi dan keestetikaan yang menambahkan rasa kepuasan bagi pengunjung. Tidak hanya kepuasan fasilitas dan layanan pada pemesanan online arda coffie memberikan fasilitas terbaik untuk konsumen, hal ini dapat disimpulkan jika Arda coffie tidak hanya mementingkan layanan tingkat kepuasan pengunjung namun juga produk premium, cita rasa, kesehatan, dan kenyamanan pada pengunjung atau konsumen Arda coffie. Hal ini di harapkan dapat menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen Arda coffie.

Strategi yang digunakan untuk meningkatkan bisnis arda dalam menghadapi persaingan dibidang bisnis coffre shop di kota Kediri yaitu pemanfaatan media sosial dengan memposting menu baru atau promo yang ada pada saat momen tertentu, tidak hanya itu layanan pada konsumen yang responsif juga menjadi hal yang wajib di terapkan pada SOP di Arda coffie. Strategi ini sangat berpengaruh pada penjualan produk pada Arda coffie di lihat dari peningkatan konsumen pada tiga tahun terakhir.

Penelitian ini menunjukkan bahwa rasa puas yang dirasakan oleh pengunjung café akan mendorong loyalitas pada pengunjung yang membuat pengunjung merasa nyaman dan menjadi pengunjung setia dan loyal yang berarti bahwa proses pelayanan dan penyajian produk dalam café memberikan pengaruh positif pada kepuasan pengunjung dan dalam pemasaran akan banyak dibuat program promosi yang tentunya menguntungkan bagi pengunjung dan membuat peningkatan kepuasan pada pengunjung café.

Kepuasan konsumen pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tetap dipertahankan dan dioptimalkan dengan menyesuaikan serta beradaptasi dengan perubahan situasi dan lingkungan yang mempengaruhi Arda Koffie. Hal ini dapat dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai hal, seperti kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya serta kemudahan. Dengan mempertahankan dan mengoptimalkan kepuasan konsumen maka perusahaan akan bertahan, hal ini dapat dicapai dengan mempertimbangkan banyak hal termasuk harga dan kualitas pelayanan.

Keadaan ini meyakinkan jika mutu produk menu minuman khususnya, kopi dan Snack yang disediakan oleh Arda Koffie dapat dikatakan bagus, sehingga konsumen akan merasa puas setelah melakukan pembelian terhadap menu yang ditawarkan. Hal ini didukung dari hasil pengisian kuesioner nampak bahwa dari keenam item pertanyaan diketahui Arda Koffie selalu menyajikan produk dan menu diolah secara fresh sewaktu konsumen memesan, ini menjadi salah satu keunggulan kualitas produk yang ada di Arda Koffie yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Menu sajian yang berkualitas akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen, namun jika menu sajian berkualitas buruk tidak sesuai harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin menurun bahkan tidak akan mau melakukan pembelian ulang ke Arda coffie.

Dalam hal ini berarti kualitas produk bisa menjadi alternatif faktor penting untuk menumbuhkan kepuasan konsumen. Kualitas produk terbaik (termasuk penampilan) akan menghasilkan semakin tingginya minat beli konsumen. Dengan penampilan yang baik, memaksimalkan pasokan manfaat, serta tingkat daya tahan yang tinggi, maka para konsumen akan merasa puas, dan berpotensi mendorong konsumen untuk membeli kembali produk yang serupa. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kemudahan Dan Emosi Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil. memberikan bukti empiris bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen coffee.

Mode Analisis Data

- Skala likert

Skala ini adalah skala yang digunakan dalam kuesioner agar mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan, kemudian responden menjawab pertanyaan sesuai dengan kode yang ada dalam kuesioner. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Puas (SP) Skor 5
2. Puas (P) Skor 4
3. Netral (N) Skor 3
4. Tidak Puas (TP) Skor 2
5. Sangat Tidak Puas (STP) Skor 1

Rumus Interval

$$I = 100 / \text{Jumlah Skor (Likert)}$$

$$\text{Maka} = 100 / 5 = 20$$

$$\text{Hasil (I)} = 20$$

(Ini adalah intervalnya jarak dari terendah 0 % hingga tertinggi 100%)

Berikut kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval:

- Angka 0% – 19,99% = Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
- Angka 20% – 39,99% = Tidak setuju / Kurang baik
- Angka 40% – 59,99% = Cukup / Netral
- Angka 60% – 79,99% = (Setuju/Baik/suka)
- Angka 80% – 100% = Sangat (setuju/Baik/Suka)

- Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan konsumen adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapatan pelanggan dalam memperoleh pelayanan variabel dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan.

$$\frac{\text{Jumlah skor hasil pengumpulan data}}{\text{jumlah skor ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Keterangan: kriteria interpretasi skor kepuasan konsumen

Angka 20% - 36% = Sangat Tidak Puas (STP)

Angka 36% - 52% = Tidak Puas (TP)

Angka 52% - 68% = Netral (N)

Angka 68% - 84% = Puas (P)

Angka 84% - 100% = Sangat Puas (SP)

Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Arda Cafe

Mengukur tingkat kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh pihak yang terkait dalam hal ini Arda café tujuannya agar dapat mengetahui apa saja kelebihan maupun kekurangan dari cafe tersebut agar dapat maju dan mendapat keuntungan yang

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan demografi

| Variabel | Kategori | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------|-------------|-----------|----------------|
| Jenis kelamin | Pria | 7 | 35% |
| | Wanita | 13 | 65% |
| Usia | 15-19 Tahun | 6 | 30% |
| | 20-24 Tahun | 10 | 50% |
| | 25-29 Tahun | 4 | 20% |
| Pekerjaan | Siswa | 6 | 30% |
| | Mahasiswa | 8 | 40% |
| | Pegawai | 6 | 30% |

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa dari 20 orang pelanggan Arda Cafe yang menjadi sampel penelitian, mayoritas pelanggan adalah perempuan dengan jumlah 13 orang atau 65% dari total 20 responden. Pelanggan dengan rentang usia 20-24 tahun menjadi mayoritas di Arda Cafe dengan jumlah 10 orang (50%) dari seluruh responden. Di sisi lain, pelanggan dengan rentang usia 25-29 tahun merupakan minoritas di Arda Café dengan 4 orang (20%) dari seluruh responden. Pelanggan yang memiliki status mahasiswa adalah kelompok yang paling banyak mengunjungi Arda Cafe, dengan jumlah 8 orang (40%) dari seluruh responden.

Tabel 2 Karakteristik responden berdasarkan perilaku

| Variabel | Kategori | Frekuensi | Presentase (%) |
|--|---------------|-----------|----------------|
| Dengan siapa pergi ke Arda Café | pasangan | 6 | 30% |
| | Rekan bisnis | 4 | 20% |
| | teman | 10 | 50% |
| Frekuensi kunjungan dalam 3 bulan terakhir | Pertama kali | 2 | 10% |
| | 2-4 kali | 8 | 40% |
| | 5-8 kali | 6 | 30% |
| | >8 kali | 4 | 20% |
| Informasi tentang Arda Café | Instagram | 6 | 30% |
| | Rekan | 10 | 50% |
| Metode pembayaran yang disukai | Jalan sekitar | 4 | 20% |
| | Cash | 18 | 90% |
| | Qris | 2 | 10% |

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Arda Café sering mengajak teman-temannya untuk berkunjung, dengan frekuensi kunjungan 2-4 kali dalam 3 bulan terakhir. Sebagian besar pelanggan mendapatkan informasi tentang kafe melalui rekomendasi dari teman teman mereka Tabel ini juga

menunjukkan bahwa jenis pembayaran yang paling diminati oleh pelanggan adalah pembayaran dengan tunai atau cash.

Mengukur Kesan responden setelah berkunjung ke Arda Café

Tabel 3. Kesan responden setelah berkunjung ke Arda Café

| Kesan setelah berkunjung ke Arda Cafe | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------------------------|-----------|----------------|
| Sangat puas | 10 | 50% |
| Puas | 8 | 40% |
| Netral | 2 | 10% |
| Jumlah | 20 | 100% |

Tabel diatas menunjukkan bahwa kesan responden setelah berkunjung tertinggi adalah sangat puas dengan jumlah 10 responden dengan persentase 50%, sedangkan responden terendah adalah netral dengan jumlah 2 responden dengan persentase 10%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden sangat puas setelah berkunjung di Arda Café.

Tabel 4 Tingkat Kepuasan Konsumen di Arda café

| No | Indikator | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Jumlah | (%) | Kategori |
|----|-----------------------------------|-----|----|---|---|----|--------|-----|-------------|
| | | STP | TP | N | P | SP | | | |
| 1. | Tampilan Fisik produk | 0 | 0 | 3 | 9 | 8 | 85 | 85% | Sangat Puas |
| 2. | Kualitas dan cita rasa produk | 0 | 0 | 5 | 7 | 8 | 83 | 83% | Sangat puas |
| 3. | Kebersihan dalam penyajian | 0 | 0 | 0 | 8 | 12 | 92 | 92% | Sangat Puas |
| 4. | Lokasi mudah dijangkau | 0 | 0 | 6 | 9 | 5 | 79 | 79% | Puas |
| 5. | Tersedianya lokasi parkir | 0 | 4 | 6 | 7 | 3 | 69 | 69% | Puas |
| 6. | Kebersihan dan kenyamanan ruangan | 0 | 0 | 4 | 6 | 10 | 86 | 86% | Sangat puas |
| 7. | Wi-fi | 0 | 0 | 0 | 7 | 13 | 93 | 93% | Sangat puas |
| 8. | Kecepatan pelayanan | 0 | 0 | 5 | 7 | 8 | 83 | 83% | Sangat puas |
| 9. | Keramahan pelayanan | 0 | 0 | 4 | 9 | 7 | 83 | 83% | Sangat puas |

Secara persentase, kepuasan konsumen

$$\frac{\text{Jumlah skor hasil pengumpulan data}}{\text{jumlah skor ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

$$= \frac{753}{900} \times 100\%$$

= 83,6%

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks kepuasan konsumen Arda Café sebesar 83,6% artinya secara umum konsumen tergolong puas (P). Hal ini menunjukkan secara keseluruhan Arda Café telah memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen walaupun ada beberapa variabel yang harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi khususnya pada variabel tempat tersedianya halaman parkir yang kurang memadai karena kurangnya lahan parkir yang dimiliki Arda Café.

Hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disebabkan adanya konsumen menjadi salah satu keunggulan dari faktor emosional konsumen Arda Koffie dan hal ini terbukti mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Jadi faktor emosional konsumen juga dapat menjadi salah satu faktor mempengaruhi kepuasan. Aspek emosional mencuat dari rasa bahagia yang dipicu terdapatnya kondisi yang diharapkan cocok dengan keadaan real semacam konsumen merasa menikmati menu dan pelayanan ataupun sarana yang diberikan kepada konsumen yang berkunjung di Arda Koffie. Dan saat konsumen berkunjung serta menikmati menu yang disediakan oleh Arda Koffie mereka bisa merasa aman.

Disisi lain harga menjadi faktor paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga diharapkan pihak manajemen Arda Koffie dapat mempertahankan agar harga dasar dari setiap menu agar konstan dan bijaksana terutama sesuai kantong pelajar mahasiswa mengingat kebanyakan konsumen adalah mahasiswa, dominan ke jenis kelamin perempuan namun tidak mengurangi kualitas rasa dan aroma menu sajian. Meskipun demikian, strategi agar meningkatkan kepuasan pelanggan Arda Koffie dapat memberikan potongan harga, bonus pembelian, promo menarik, give away bagi konsumen terlama dan terbanyak dan lain sebagainya untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan dan keuntungan usaha.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh kepuasan konsumen dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, misalnya faktor produk, promosi, lokasi, dan lainnya, maka bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan riset ini, menambahkan jumlah responden, serta meneliti faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini, misalnya produk, promosi dan yang lainnya. Kekurangan dari penelitian ini berkaitan pemilihan sampel secara non probability sampling dengan teknik accidental sampling yang secara umum belum bisa merepresentasikan persepsi dari pelanggan. Dengan keterbatasan metodologi penelitian ini berkaitan dengan desain penelitian, sampel, dan model yang sederhana ini dapat ditambahkan oleh peneliti dalam riset selanjutnya.

KESIMPULAN

Kualitas layanan, adalah hal yang mendorong peningkatan kepuasan pelanggan Arda coffee. peningkatan kualitas layanan tersebut disebabkan karena layanan yang diberikan kepada pengunjung atau konsumen dengan cukup baik sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Arda coffee. Selain itu cita rasa khas yang ada pada kafe menjadikan daya tarik tersendiri dengan adanya harga yang ramah kantong untuk target pasar menengah ke atas. Disimpulkan bahwa produk, proses dan pemasaran yang dilakukan oleh Coffee Arda memberikan dampak yang signifikan pada kepuasan pengunjung yang pada akhirnya tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisa dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan wajib memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus untuk menarik konsumen agar merasa nyaman dan senang ketika berbelanja. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kebijakan penetapan harga agar disesuaikan dengan para kompetitor lainnya terutama berorientasi dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, agar terciptanya kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] anonim. (t.thn.). Dipetik Juli 05, 2023, dari <https://eprints.umm.ac.id/53198/2/BAB%20I.pdf>
- [2] Anonim. (t.thn.). Dipetik Juli 05, 2023, dari PANDUTAMA, N. S. (2022). Analisis Efisiensi Usaha Coffee Shop Dengan Menggunakan Data Envelopment Analysis (Dea) Di Yogyakarta Sebelum Dan Sesudah Covid-19 (2017-2021).

- [3] K. Pininta and C. Pematangsiantar, "Maker: Jurnal Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar," *J. Manaj. Anal. Fakt.*, vol. 7, no. 2, pp. 200–207, 2021.
- [4] N. Adhistyo, T. w, & Setyaningrum, "Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan," vol. 4, no. 1, pp. 38–48, 2020.
- [5] M. Permadi, U. Islam, N. Raden, and M. Said, "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Muslim Di Hos Coffe Kartasura," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 5, no. 3, pp. 89–96, 2022.
- [6] Febrianto, G. R., & Atmanti, h. D. (2020). Analisis Efisiensi Profit Kedai Kopi Wirausaha Muda Di Kota Malang (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- [7] Saputra, A., Muzakir, M., Sofiyannurriyanti, S., Fitriadi, F., & Nopiyanti, I. (2020). Penentuan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Coffee Shop dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) dan Comparative Performance Index (CPI)(Studi Kasus: 8 Coffee Shop di Meulaboh, Aceh Barat). *Jurnal Optimalisasi*, 6(2), 185-194.
- [8] <https://eprints.uny.ac.id/67274/4/4.%20BAB%20II.pdf> Jamaludin. (2017). EFISIENSI USAHA WARUNG KOPI DI KOTA PONTIANAK. *Jurnal Pembangunan dan Pemerataan*.
- [9] Mardatila, A. (2022, maret 15). Dipetik Juli 5, 2023, dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com/sumut/macam-kotak-makanan-yang-umum-digunakan-klm.html>
- [10] PANDUTAMA, N. S. (2022). Analisis Efisiensi Usaha Coffee Shop Dengan Menggunakan Data Envelopment Analysis (Dea) Di Yogyakarta Sebelum Dan Sesudah Covid-19 (2017-2021).
- [11] FEBRIANTO, G. R., & ATMANTI, H. D. (2020). Analisis Efisiensi Profit Kedai Kopi Wirausaha Muda Di Kota Malang (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- [12] Saputra, A., Muzakir, M., Sofiyannurriyanti, S., Fitriadi, F., & Nopiyanti, I. (2020). Penentuan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Coffee Shop dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA) dan Comparative Performance Index (CPI)(Studi Kasus: 8 Coffee Shop di Meulaboh, Aceh Barat). *Jurnal Optimalisasi*, 6(2), 185-194.
- [13] Andiani, A. A. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kafe Kopi Di Kota Bogor. Institut Pertanian Bogor.