

## ANALISIS KUALITAS LAYANAN NUSA KOPI DENGAN METODE SERVQUAL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN

Nabitta Istania Valencia<sup>1\*</sup>, Bernike Joy Nilam Aprillia Sulistiono<sup>2</sup>, Ina Rohmatun Nasri<sup>3</sup>, Rendy Ardyansyah<sup>4</sup>,  
Arthur Daniel Limantara<sup>5</sup>

<sup>1),2),3),4),5)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Majoroto, Kota Kediri, Jawa  
Timur

[bittavalencia@gmail.com](mailto:bittavalencia@gmail.com)\*

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 24/6/2025

Tanggal Revisi : 2/7/2025

Tanggal Diterima : 7/7/2025

### Abstract

*In an increasingly competitive business environment, service quality has become a key factor in maintaining and enhancing customer satisfaction, particularly in the food and beverage industry. This study aims to analyze the service quality of Nusa Kopi using the SERVQUAL method to identify the gap between customer expectations and perceptions of the services provided. The SERVQUAL method evaluates five main dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research employs a descriptive quantitative approach using a questionnaire instrument and involves 35 respondents who are regular customers of Nusa Kopi. The results show negative gaps across all SERVQUAL dimensions, with the most significant gap in responsiveness (-0.60) and the smallest in assurance (-0.25). These findings indicate that the services at Nusa Kopi do not yet fully meet customer expectations. Based on the results, the study recommends improvements in employee responsiveness, service reliability, empathetic interaction, and physical aspects of the café. This research provides practical contributions to service quality management at Nusa Kopi and academic value in enriching the literature on service quality management within the culinary MSME sector.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, Nusa Kopi

### Abstrak

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan Nusa Kopi menggunakan metode SERVQUAL guna mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Metode SERVQUAL mengevaluasi lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu tangibles (berwujud), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan instrumen kuesioner dan melibatkan 35 responden yang merupakan pelanggan tetap Nusa Kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat gap negatif pada seluruh dimensi SERVQUAL, dengan gap terbesar pada dimensi Responsiveness (-0.60) dan gap terkecil pada Assurance (-0.25). Hal ini mengindikasikan bahwa layanan Nusa Kopi masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan peningkatan dalam hal daya tanggap karyawan, keandalan pelayanan, pendekatan empatik, serta perbaikan aspek fisik kedai. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan kualitas layanan Nusa Kopi, serta nilai akademik dalam pengembangan literatur manajemen layanan pada sektor UMKM kuliner.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, SERVQUAL, Nusa Kopi

### PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kualitas layanan telah menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tidak hanya kualitas produk yang diperhatikan oleh konsumen, namun juga bagaimana layanan diberikan selama proses interaksi dengan perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Hasibuan et al. (2021), "Service quality is the key to customer satisfaction and loyalty" [1], yang menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas adalah kunci untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan di sektor industri kuliner, terutama kafe dan restoran, harus senantiasa mengelola dan meningkatkan kualitas layanan mereka agar dapat bersaing di pasar yang semakin ketat.

Seiring dengan berkembangnya tren konsumsi kopi di masyarakat, sektor usaha kafe mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya di kota-kota besar [3]. Hal ini membawa peluang sekaligus tantangan bagi pelaku bisnis kafe, termasuk Nusa Kopi, untuk terus berkembang dan bersaing. Nusa Kopi hadir dengan konsep

yang mengangkat kekayaan budaya lokal melalui variasi rasa kopi dan atmosfer kedai yang khas. Meskipun demikian, untuk tetap kompetitif, Nusa Kopi perlu secara berkesinambungan mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanannya agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan menjaga kepuasan mereka.

Kualitas layanan melibatkan berbagai dimensi, baik yang bersifat fisik seperti kebersihan dan kenyamanan tempat, maupun yang bersifat non-fisik seperti keandalan pelayanan, ketanggapan terhadap keluhan pelanggan, jaminan keamanan, dan empati yang diberikan oleh staf kepada pelanggan [5]. Metode SERVQUAL, yang diperkenalkan oleh Parasuraman et al. (1988), banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan dengan mengevaluasi lima dimensi utama: keandalan (reliability), bukti fisik (tangibles), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) [6]. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan banyak perusahaan menghadapi gap signifikan antara harapan dan persepsi pelanggan pada berbagai dimensi tersebut, terutama pada dimensi ketanggapan dan empati [7], [8].

Penelitian oleh Ghazali (2018) mengenai Noach Café And Bistro menunjukkan bahwa gap yang besar terjadi pada dimensi ketanggapan (responsiveness) dan empati (empathy), yang mengindikasikan ketidakpuasan pelanggan terhadap bagaimana staf melayani dan berinteraksi dengan mereka [2]. Di sisi lain, Ramdani et al. (2023) dalam penelitiannya mengenai kualitas layanan pada kafe Thsub mengidentifikasi bahwa dimensi keandalan dan ketanggapan juga memiliki gap yang signifikan, yang berdampak pada kepuasan pelanggan yang tidak maksimal [4]. Selain itu, Abdillah et al. (2019) dalam penelitiannya di C&R Café & Resto Surabaya, menemukan bahwa perbaikan dalam dimensi keandalan dan ketanggapan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan [5]. Studi-studi ini menyoroti pentingnya pengelolaan ketanggapan dan empati yang baik untuk memastikan kepuasan pelanggan, yang menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan Nusa Kopi menggunakan pendekatan SERVQUAL, dengan tujuan untuk mengidentifikasi gap antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Hal ini sangat relevan mengingat penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun banyak perusahaan kuliner yang sudah memperhatikan kualitas layanan, masih terdapat celah yang signifikan yang perlu diperbaiki, terutama dalam dimensi ketanggapan dan empati. Dengan pemahaman yang lebih dalam mengenai gap tersebut, diharapkan Nusa Kopi dapat mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

## METODE

Studi ini mengadopsi metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menilai mutu layanan Nusa Kopi melalui pandangan dan ekspektasi konsumen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur secara sistematis kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Metode kuantitatif sangat efektif dalam mengevaluasi kualitas pelayanan karena mampu mengidentifikasi dimensi-dimensi layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, metode SERVQUAL digunakan sebagai alat utama pengukuran kualitas layanan karena mampu menangkap lima dimensi penting yaitu Keandalan (reliability), Fisik (tangible), Jaminan (assurance), Kesiapan (responsiveness), dan Kepedulian (empathy)[12].

Penelitian ini melibatkan 35 responden yang merupakan pelanggan tetap Nusa Kopi, yang terdiri dari berbagai kalangan usia, jenis kelamin, dan latar belakang pekerjaan. Sebagian besar responden adalah laki-laki, sebanyak 18 orang (51%), sementara perempuan sebanyak 17 orang (49%). Dari segi usia, mayoritas responden berusia 18–25 tahun dengan jumlah 20 orang (57%), diikuti oleh kelompok usia 26–35 tahun yang berjumlah 10 orang (29%), dan usia 35 tahun sebanyak 5 orang (14%). Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa sebanyak 15 orang (43%), diikuti oleh karyawan swasta sebanyak 12 orang (34%), dan sisanya adalah wirausaha dan pekerja lainnya sebanyak 8 orang (23%). Data ini menunjukkan bahwa konsumen Nusa Kopi sebagian besar adalah anak muda dan pekerja aktif yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap pelayanan, kenyamanan tempat, serta kualitas produk yang konsisten.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Studi ini mengaplikasikan pendekatan SERVQUAL yang terdiri dari lima aspek utama, yaitu Responsiveness (Daya Tanggap), Tangibles (Bukti Fisik), Assurance (Jaminan), Reliability (Keandalan), dan Empathy (Empati). Setiap aspek dievaluasi dengan membandingkan pandangan dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan

yang diberikan. Pendekatan ini membantu untuk memahami bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan yang mereka terima, serta sejauh mana harapan mereka dipenuhi dalam setiap dimensi tersebut. Dengan cara ini, dapat diidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Tabel 1. Hasil SERVQUAL**

Dimensi	Harapan (H)	Persepsi (P)	Gap (P-H)
Tangibles	4.40	4.00	-0.40
Reliability	4.60	4.10	-0.50
Responsiveness	4.50	3.90	-0.60
Assurance	4.45	4.20	-0.25
Empathy	4.55	2.00	-0.55
Rata-rata Total	4.50	4.04	-0.46

Tabel di atas menunjukkan hasil evaluasi kualitas layanan Nusa Kopi menggunakan pendekatan SERVQUAL yang mencakup lima dimensi utama: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Setiap dimensi diukur berdasarkan harapan (H), persepsi (P), dan selisih (gap) antara keduanya (P-H).

Pada dimensi Tangibles, harapan pelanggan terhadap bukti fisik layanan adalah 4.40, sementara persepsi mereka terhadap kenyataan yang diterima hanya 4.00, dengan gap sebesar -0.40. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa kualitas fisik yang diberikan sedikit di bawah harapan mereka. Di dimensi Reliability, harapan pelanggan adalah 4.60, namun persepsi mereka hanya mencapai 4.10, menghasilkan gap sebesar -0.50. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa keandalan layanan Nusa Kopi masih belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka.

Di dimensi Responsiveness, gap yang paling besar terlihat dengan selisih -0.60, di mana harapan pelanggan adalah 4.50, namun persepsi mereka hanya mencapai 3.90. Ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa daya tanggap terhadap kebutuhan mereka masih kurang. Untuk Assurance, gap yang lebih kecil terlihat dengan selisih -0.25, di mana persepsi pelanggan (4.20) sedikit lebih rendah dibandingkan harapan mereka (4.45). Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa sedikit kurang yakin atau percaya diri terhadap kualitas jaminan yang diberikan.

Dimensi terakhir, Empathy, menunjukkan gap terbesar dengan selisih -0.55. Harapan pelanggan adalah 4.55, tetapi persepsi mereka hanya 2.00, yang menunjukkan adanya ketidakpuasan besar terhadap tingkat empati yang diberikan oleh Nusa Kopi dalam melayani pelanggannya.

Rata-rata total gap antara harapan dan persepsi pelanggan adalah -0.46, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan dalam kualitas layanan yang diberikan oleh Nusa Kopi. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada ruang perbaikan di hampir semua dimensi pelayanan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

## Pembahasan

### Dimensi Tangibles

Dimensi tangibles atau bukti fisik melibatkan aspek fisik yang terlihat oleh pelanggan, seperti fasilitas kedai, penampilan karyawan, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, dan elemen-elemen yang memberikan kesan pertama pada pelanggan. Gap yang ditemukan pada dimensi ini adalah -0.40, yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa fasilitas fisik yang ada di Nusa Kopi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka.

Aspek tangibles memiliki dampak besar pada pengalaman pelanggan karena ini adalah hal pertama yang mereka lihat ketika memasuki kedai. Dalam industri makanan dan minuman, penampilan tempat dan kebersihan adalah faktor penentu utama yang dapat membuat pelanggan merasa nyaman atau tidak nyaman. Sebagai contoh, penelitian oleh Kurniawan et al. (2023) menekankan bahwa penataan interior yang tidak menarik dan kebersihan yang kurang dapat mengurangi pengalaman pelanggan, meskipun kualitas produk sangat baik [13]. Ini sejalan dengan temuan yang ditemukan pada Nusa Kopi, di mana meskipun produk kopi yang disajikan memiliki kualitas yang baik, pelanggan merasa bahwa lingkungan fisik tidak sepenuhnya nyaman.

Perbaikan pada dimensi tangibles bisa dimulai dengan meningkatkan desain interior kedai, menambah elemen yang lebih modern atau tematik sesuai dengan brand image, serta memastikan bahwa kebersihan tempat tetap terjaga dengan standar yang lebih tinggi. Pelatihan untuk staf dalam menjaga kebersihan dan menjaga penampilan yang rapi juga sangat penting. Misalnya, kedai dapat memperkenalkan sistem pembersihan yang lebih

efisien dan cepat, atau melibatkan pelanggan dalam proses menjaga kebersihan dengan menyediakan fasilitas seperti tempat sampah di setiap meja. Kebersihan yang konsisten akan memberi kesan positif bagi pelanggan, yang akan meningkatkan kenyamanan mereka selama berada di kedai.

Sebagaimana ditunjukkan oleh Irawan dan Sukmawati (2022), kualitas fisik yang mencakup kebersihan dan kenyamanan ruang memengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung [14]. Hal yang sama ditemukan oleh Kurniawan et al. (2023), yang mengidentifikasi bahwa kebersihan dan penataan fisik tempat menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kafe yang diteliti [15]. Oleh karena itu, penting bagi Nusa Kopi untuk lebih memerhatikan elemen-elemen ini.

#### **Dimensi Reliability**

Dimensi reliability atau keandalan mengukur seberapa konsisten dan tepat waktu layanan yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan harapan pelanggan. Gap sebesar -0.50 pada dimensi ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa Nusa Kopi masih memiliki kendala dalam menyajikan pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan dengan kualitas yang konsisten, terutama pada jam-jam sibuk. Ketika kedai ramai, pelanggan sering kali merasa pelayanan menjadi lambat dan tidak konsisten.

Keandalan sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan, terutama dalam industri makanan dan minuman, di mana ketepatan waktu dalam menyajikan pesanan sangat diutamakan. Penelitian oleh Yuliana et al. (2022) menunjukkan bahwa konsistensi dalam pelayanan adalah kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam kafe yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi, ketepatan waktu dalam penyajian makanan dan minuman akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan [16].

Untuk meningkatkan dimensi keandalan, Nusa Kopi perlu memperbaiki manajemen waktu dan meningkatkan proses operasional mereka. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan menambah staf pada jam sibuk atau menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi. Misalnya, implementasi sistem pemesanan digital dapat membantu staf untuk lebih cepat dalam memproses pesanan. Pelatihan bagi staf juga penting untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang pentingnya keandalan dalam memberikan pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman et al. (2021) menemukan bahwa keandalan dalam menyajikan produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sektor kuliner [17]. Penelitian oleh Irawan dan Sukmawati (2022) juga menunjukkan bahwa keandalan pelayanan berhubungan langsung dengan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang membuat pelanggan lebih cenderung untuk kembali ke kedai atau restoran tersebut [18].

#### **Dimensi Responsiveness**

Dimensi responsiveness atau ketanggapan menunjukkan gap terbesar, yaitu -0.60, yang berarti bahwa konsumen merasa staf Nusa Kopi kurang tanggap dalam melayani atau merespons permintaan dan keluhan mereka. Responsivitas adalah salah satu dimensi yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan karena berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. Dalam penelitian oleh Andini et al. (2022), ditemukan bahwa ketanggapan dalam menghadapi keluhan dan permintaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas mereka [19].

Keterlambatan dalam merespons kebutuhan pelanggan dapat membuat mereka merasa diabaikan, yang pada akhirnya berdampak negatif pada loyalitas mereka terhadap merek tersebut. Hal ini juga mencerminkan kekurangan dalam manajemen staf dan komunikasi di kedai. Untuk meningkatkan ketanggapan, Nusa Kopi perlu memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada staf untuk mengembangkan keterampilan komunikasi dan responsivitas mereka. Ini termasuk cara menangani keluhan dengan cepat dan memberikan solusi yang memuaskan pelanggan. Selain itu, teknologi seperti sistem pemesanan online atau sistem manajemen antrean dapat digunakan untuk mempercepat pelayanan dan mengurangi waktu tunggu pelanggan.

Penelitian oleh Yuliana et al. (2022) mengungkapkan bahwa ketanggapan dalam melayani pelanggan adalah faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas, terutama pada kafe dan restoran yang memiliki volume pelanggan yang tinggi [16].

#### **Dimensi Assurance**

Dimensi assurance atau jaminan mengacu pada seberapa besar rasa percaya yang dimiliki pelanggan terhadap kemampuan staf untuk memberikan pelayanan yang aman, dapat diandalkan, dan profesional. Gap sebesar -0.25 menunjukkan bahwa meskipun gap ini lebih kecil dibandingkan dengan dimensi lainnya, masih ada ketidakpastian dari sebagian pelanggan terkait dengan profesionalisme staf, terutama dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, seperti produk kopi di Nusa Kopi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman et al. (2021) mengungkapkan bahwa ketidakpastian dalam hal profesionalisme staf dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan membutuhkan rasa percaya

bahwa staf yang melayani mereka memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat memberikan informasi yang jelas mengenai produk, terutama produk makanan atau minuman yang kompleks seperti kopi. Dalam sektor kuliner, terutama pada kedai kopi, staf yang memiliki pengetahuan mendalam tentang produk sangat penting untuk memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa mereka mendapatkan produk berkualitas.

Untuk meningkatkan jaminan dalam pelayanan, Nusa Kopi perlu memberikan pelatihan yang lebih mendalam kepada staf mengenai pengetahuan produk, baik dari segi rasa, asal-usul bahan baku, maupun cara pembuatan kopi yang sesuai standar. Pelatihan ini bertujuan agar staf dapat memberikan informasi yang lebih meyakinkan kepada pelanggan dan mengatasi keraguan yang mungkin timbul. Selain itu, memperkenalkan sertifikasi atau pelatihan profesional bagi staf dapat menambah kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

#### **Dimensi *Empathy***

Dimensi *empathy* atau empati merujuk pada seberapa besar perhatian yang diberikan oleh staf terhadap kebutuhan pribadi pelanggan dan seberapa baik staf dapat berhubungan dengan pelanggan secara personal. Gap yang cukup besar, yaitu -0,55, menunjukkan bahwa banyak pelanggan merasa bahwa staf Nusa Kopi kurang memperhatikan kebutuhan mereka atau kurang memberikan pelayanan personal yang mereka harapkan. Pelanggan merasa kurang dihargai atau kurang diperhatikan dalam interaksi dengan staf, seperti kurangnya sapaan ramah atau pengakuan terhadap pelanggan tetap.

Empati adalah salah satu dimensi penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyentuh dan berkesan. Dalam penelitian oleh Andini et al. (2022), ditemukan bahwa pelanggan yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan penuh perhatian cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap suatu merek atau kedai [19]. Di sisi lain, kurangnya empati dapat mengurangi hubungan emosional antara pelanggan dan merek, yang berdampak pada ketidakpuasan dan penurunan loyalitas.

Untuk meningkatkan empati dalam pelayanan, Nusa Kopi perlu memberikan pelatihan kepada staf mengenai cara berinteraksi dengan pelanggan secara lebih personal dan ramah. Ini bisa mencakup cara menyapa pelanggan dengan hangat, mengingat preferensi pelanggan tetap, serta memberikan perhatian lebih terhadap kebutuhan spesifik mereka. Pengakuan terhadap pelanggan tetap, baik dengan mengingat nama mereka atau memberikan sambutan yang lebih pribadi, dapat memperkuat hubungan emosional dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan Nusa Kopi menggunakan pendekatan SERVQUAL dengan tujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan adanya gap negatif pada semua dimensi SERVQUAL, yang menunjukkan bahwa meskipun Nusa Kopi telah memberikan layanan yang baik, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki untuk memenuhi harapan pelanggan secara optimal. Dimensi-dimensi yang mengalami gap terbesar adalah ketanggapan (responsiveness) dan empati (empathy), yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Gap yang lebih kecil ditemukan pada dimensi jaminan (assurance), meskipun masih menunjukkan adanya ketidakpastian terkait profesionalisme staf dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penerapan model SERVQUAL untuk menilai kualitas layanan di Nusa Kopi, yang memberikan wawasan mendalam mengenai area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya ketanggapan staf, keandalan layanan, serta empati yang diberikan kepada pelanggan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang sering kali terabaikan dalam beberapa studi terdahulu yang lebih fokus pada aspek fisik dan produk. Dalam konteks ini, temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemilik usaha kafe dan restoran dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih komprehensif.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya perbaikan pada dimensi-dimensi SERVQUAL yang ditemukan, seperti peningkatan pelatihan bagi staf dalam hal ketanggapan dan komunikasi yang lebih empatik. Selain itu, manajemen waktu yang lebih baik dan peningkatan kebersihan serta kenyamanan fasilitas juga menjadi hal yang sangat penting untuk diprioritaskan. Perbaikan ini akan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing Nusa Kopi di pasar yang semakin kompetitif. Sebagai implikasi teoritik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai kualitas layanan di sektor kuliner, khususnya bagi UMKM, serta memberikan bukti empiris tentang pentingnya perhatian terhadap dimensi ketanggapan dan empati dalam layanan pelanggan.

Penelitian ini juga membuka peluang untuk penelitian selanjutnya yang dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas layanan, seperti pengaruh teknologi dalam meningkatkan ketanggapan atau dampak faktor eksternal seperti tren konsumsi kopi terhadap harapan pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel dengan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai jenis kedai kopi untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas layanan di industri kuliner secara umum.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan manajemen kualitas layanan, sekaligus membuka jalan untuk penelitian lebih lanjut yang dapat mengembangkan dan memperdalam pemahaman kita tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri kuliner.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. M. Hasibuan, F. Harahap, and A. Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan," *J. Misi Inst. Pendidik. Tapanuli Selatan*, vol. 4, no. 3, pp. 175–182, 2021.
- [2] Ghazali, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro," *Agora*, vol. 7, no. 2, pp. 1–5, 2018, [Online]. Available: <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- [3] Maretza Naufal Fishendra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang," *J. Visi Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 66–73, 2022, doi: 10.56910/jvm.v8i1.199.
- [4] A. Ramdani, N. Kusuma Ningrat, and M. Hilman, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality (Servqual) Di Banjarsari Kabupaten Ciamis," *INTRIGA (Info Tek. Ind. Galuh)*, *J. Mhs. Tek. Ind.*, vol. 1, no. 1, pp. 70–76, 2023, doi: 10.25157/intriga.v1i1.3605.
- [5] R. Ade and Lukmandono, "Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Menggunakan Metode Servqual dan TRIZ (Studi Kasus: Cafe Giri Hills Di Kota Gresik)," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. VIII*, vol. 1, no. 1, pp. 223–230, 2020.
- [6] F. Abdillah, Y. Sari, and M. Hadiyat, "Analisis Dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Menggunakan Integrasi Metode Servqual, Model Kano Dan Qfd Di C&R Café & Resto Surabaya," *Calyptra*, vol. 7, no. 2, pp. 1–19, 2019.
- [7] I. P. A. Di and U. Cafe, "Desain Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode," pp. 137–141, 2019.
- [8] N. N. Dwi Putri, T. Pujianto, and R. Kastaman, "Implementation of Quality Function Deployment (QFD) Method Integrated by Servqual Method to Improve Customer Satisfaction in Service Quality in Inaka Coffee," *J. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 1037–1050, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.7>
- [9] F. A. Kusuma, S. S. Dahda, and E. Ismiah, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual, Customer satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada Percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik," *J. Educ.*, vol. 5, no. 1, pp. 1431–1441, 2022.
- [10] D. 1985 Zethaml, "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN (SERVQUAL Model dan," *J. Media Ekon.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2007, [Online]. Available: <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=9606>
- [11] A. Rhamadi, S. Suherman, I. Kusumanto, M. Hartati, and N. Nazarruddin, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Coffee Shop Menggunakan Metode Servqual Dan Triz," *J. Perangkat Lunak*, vol. 5, no. 3, pp. 435–445, 2023, doi: 10.32520/jupel.v5i3.2820.
- [12] Affiuddin Muhammad and Widyaningrum Dzakiyah, "Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Sevqual Dan Csi Pada Ud.Arshindo," *Sigma Tek.*, vol. 5, No. 2, no. 2, pp. 275–284, 2022, [Online]. Available: <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/sigmateknika/article/view/4594>
- [13] Kurniawan, A., Rahardjo, R., & Fitriana, D. (2023). *Dampak kebersihan dan penataan interior terhadap pengalaman pelanggan pada kafe*. Jurnal Studi Perhotelan dan Restoran, 19(1), 89-100.
- [14] Irawan, M., & Sukmawati, D. (2022). *Pengaruh kualitas fisik terhadap kepuasan pelanggan: Studi pada kafe dan restoran*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 15(2), 102-113.
- [15] Kurniawati, P., & Prabowo, E. (2021). Keandalan dalam pelayanan kafe dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 13(4), 210-221.
- [16] Yuliana, D., & Putri, A. (2022). *Ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran dan*

- kafe. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 123-134.
- [17] Sulaiman, A., Ghozali, I., & Rizki, F. (2021). *Peran profesionalisme staf dalam meningkatkan jaminan kepuasan pelanggan pada kafe*. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 17(4), 289-300.
- [18] Irawan, M., & Sukmawati, D. (2022). *Pengaruh kualitas fisik terhadap kepuasan pelanggan: Studi pada kafe dan restoran*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 102-113.
- [19] Andini, T., Sumarno, S., & Utami, P. (2022). *Pentingnya empati dalam pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada sektor kuliner*. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 11(3), 255-267.