

USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN X COFFEE

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Elisabeth Elsa Gunawan Putri

NPM : 2015610166



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Elisabeth Elsa Gunawan Putri
NPM : 2015610166
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN X COFFEE

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juni 2019

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Elisabeth Elsa Gunawan Putri

NPM : 2000610151

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN X COFFEE”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung,

Elisabeth Elsa Gunawan Putri
201561016

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, dimana terdapat banyak tempat wisata, perkantoran, sekolah dan universitas. Hal ini menyebabkan banyak tempat usaha yang berdiri di Bandung, salah satunya kedai kopi. X Coffee merupakan sebuah kedai kopi di Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 2015, namun belum mencapai target penjualan yang diinginkan, dan masih sering terjadi penurunan penjualan setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat masalah di X Coffee. Berdasarkan ulasan pada situs kuliner dan hasil wawancara dengan pelanggan X Coffee, ternyata masih terdapat banyak keluhan dari pelanggan terhadap X Coffee yang menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan masih rendah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan X Coffee, dan usulan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan X Coffee. Pengolahan data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan model penelitian yang dilakukan oleh Won Sok Lee, JoonHo Moon dan Myungkeun Song (2018) yaitu menguji pengaruh suasana, sikap pelayan, layanan internet dan kualitas kopi terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa hal-hal yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu suasana, layanan internet dan kualitas kopi. Hasil pengolahan data juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka diberikan usulan perbaikan pada X Coffee. Total terdapat 24 usulan perbaikan untuk meningkatkan performansi X Coffee dalam hal suasana, kualitas kopi dan layanan internet yang dibagi ke dalam 5 kategori yaitu mengganti atau menambah fasilitas fisik, menambah dan memperjelas *jobdesc* pegawai, memberi pelatihan bagi pegawai, melakukan pengendalian posisi dan variasi kopi dan melakukan pemeriksaan rutin, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Bandung is one of the most populated city in Indonesia, there are a lot of tourist attractions, companies, schools and universities. That's why there are a lot of people strated their bussines in Bandung. Coffee shop is one of the most popular bussines in Bandung. X Coffee is a coffee shop in Bandung, started in 2015, but hasn't reached their sales target and sometimes the sales still decreased. From some reviews on culinary site dan interviews with customers, there are a lot of complaints from customers for X Coffee and it shows that customer satisfaction for X Coffee is still low. .

This research is done to find out what variables can affect customer satisfaction in X Coffee and propose improvements that X Coffee can do. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) method with research model by Won Sok Lee, JoonHo Moon dan Myungkeun Song (2018) to test if atmosphere, employee attitude, internet sevice and coffee quality affect customer satisfaction, and if customer satisfaction affect customer loyalty.

The result shows that atmosphere, internet service and coffee quality positively affect customer satisfaction. It also shows that customer satisfaction positively affect customer loyalty. Based on the results, there are 24 improvement proposals given to X Coffee to improve their performance in atmosphere, internet service and coffee quality, divided into 5 categories: add or change some physical facilities, add and clarify employee's job description, give training to employees, controlling coffee's position and variation, and routine monitoring . With those improvement, hopefully X Coffee can also improve customer satisfaction and loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terlaksananya penelitian dan penyusunan laporan penelitian “Usulan Perbaikan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan X Coffee”. Penelitian dilakukan terhadap kedai kopi X Coffee di Bandung, Jawa Barat. Penelitian dilakukan sejak Januari 2019 hingga Juni 2019.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung, khususnya kepada:

1. Ibu Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran dan banyak bantuan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu
2. Bapak Fransiscus Rian Praktiko, S.T., M.T., MIE. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T., selaku dosen penguji sidang proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan kritik dan saran untuk skripsi ini.
3. Pemilik X Coffee yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di X Coffee dan memberikan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
4. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
5. Saudari Florensia Nadya selaku sahabat jauh yang tetap selalu memberikan doa, semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman terdekat penulis, Deshera, Esterina, Marcella, Mario, Ricky, Hendrik yang telah banyak mendukung dan membantu penulis selama kuliah dan penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi X Coffee dan bagi pembaca untuk menjadi referensi. Penulis meminta maaf jika ada kesalahan yang dilakukan selama penelitian yang dilakukan di X Coffee dan dalam penulisan laporan penelitian. Penulis terbuka terhadap kritik dan saran agar dapat berkembang menjadi lebih baik. Terima kasih.

Bandung, 10 Juni 2019

Elisabeth Elsa Gunawan Putri
(2015610166)
Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | I-1 |
| I.1 Latar Belakang Masalah | I-1 |
| I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah | I-3 |
| I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian | I-8 |
| I.4 Tujuan Penelitian | I-9 |
| I.5 Manfaat Penelitian | I-9 |
| I.6 Metodologi Penelitian | I-9 |
| I.7 Sistematika Penulisan | I-11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | II-1 |
| II.1 Jasa | II-1 |
| II.2 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan | II-2 |
| II.3 Kedai Kopi | II-3 |
| II.4 Penelitian Lee, et al. (2018) | II-4 |
| II.5 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) | II-7 |
| II.6 Metode Pengumpulan Data | II-9 |
| II.7 Metode <i>Sampling</i> | II-9 |
| II.8 Penentuan Jumlah Sampel | II-11 |
| II.9 Model Hasil Pengukuran | II-11 |
| II.9.1 <i>Measurement Model</i> | II-11 |
| II.9.2 <i>Structural Model</i> | II-12 |
| BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | III-1 |
| III.1 Hipotesis Penelitian | III-1 |
| III.2 Variabel Penelitian | III-3 |

| | |
|--|-------------|
| III.3 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner..... | III-4 |
| III.4 Pengolahan Data Kuesioner | III-6 |
| III.4.1 Profil Pelanggan..... | III-6 |
| III.4.2 Hasil Pengumpulan Data..... | III-10 |
| III.5 Pengujian Model | III-12 |
| III.5.1 Pengujian <i>Measurement Model</i> | III-13 |
| III.5.2 Pengujian <i>Structural Model</i> | III-15 |
| BAB IV ANALISIS | IV-1 |
| IV.1 Analisis Profil Responden..... | IV-1 |
| IV.2 Analisis Penentu Kepuasan Pelanggan X Coffee | IV-2 |
| IV.3 Analisis Performansi X Coffee Saat Ini | IV-4 |
| IV.3.1 Analisis Performansi Suasana Saat Ini | IV-4 |
| IV.3.2 Analisis Performansi Layanan Internet Saat Ini..... | IV-8 |
| IV.3.3 Analisis Performansi Kualitas Kopi Saat Ini..... | IV-9 |
| IV.4 Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Saat Ini..... | IV-11 |
| IV.5 Analisis Usulan Perbaikan Untuk X Coffee | IV-12 |
| IV.5.1 Analisis Usulan Perbaikan Suasana X Coffee..... | IV-12 |
| IV.5.2 Analisis Usulan Perbaikan Kualitas Kopi X Coffee | IV-16 |
| IV.5.3 Analisis Usulan Perbaikan Layanan Internet X Coffee | IV-17 |
| IV.6 Rekapitulasi Usulan Perbaikan Untuk X Coffee | IV-16 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | IV-1 |
| V.1 Kesimpulan | V-1 |
| V.2 Saran | V-2 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------|---|--------|
| Tabel I.1 | Penilaian X Coffee di Situs Pergikuliner.com | I-3 |
| Tabel I.2 | Keluhan Pelanggan Berdasarkan Wawancara | I-5 |
| Tabel II.1 | Variabel dan Indikator Pada Kedai Kopi Menurut Lee, et al..... | II-4 |
| Tabel III.1 | Variabel dan Butir Pengukuran X Coffee..... | III-3 |
| Tabel III.2 | Hasil <i>Pre-test</i> Kuesioner | III-5 |
| Tabel III.3 | Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner | III-6 |
| Tabel III.4 | Nilai Butir Pengukuran X Coffee..... | III-10 |
| Tabel III.5 | Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Data | III-13 |
| Tabel III.6 | Nilai <i>Outer Loading</i> Data..... | III-13 |
| Tabel III.7 | Nilai AVE Data | III-14 |
| Tabel III.8 | Nilai <i>Cross Loading</i> Data | III-15 |
| Tabel III.9 | Hasil <i>Path Coefficient Structural Model</i> | III-16 |
| Tabel III.10 | <i>Total Effect Structural Model</i> | III-16 |
| Tabel III.11 | Nilai R ² Variabel <i>Independent</i> | III-17 |
| Tabel IV.1 | Rekapitulasi Usulan Perbaikan Untuk X Coffee..... | IV-18 |
| Tabel IV.2 | Kategori Usulan Perbaikan | IV-21 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|---|--------|
| Gambar I.1 | Penjualan X Coffee Periode Maret 2017-Desember 2018..... | I-2 |
| Gambar I.2 | Keinginan Pelanggan Kembali ke X Coffee..... | I-6 |
| Gambar I.3 | Metodologi Penelitian..... | I-10 |
| Gambar II.1 | Model Penelitian | II-6 |
| Gambar II.2 | <i>Path Model</i> Sederhana | II-8 |
| Gambar III.1 | Jenis Kelamin Responden | III-7 |
| Gambar III.2 | Usia Responden | III-8 |
| Gambar III.3 | Frekuensi Kedatangan Responden ke X Coffee..... | III-8 |
| Gambar III.4 | Waktu yang Dhabiskan Responden di X Coffee Dalam Sekali Kunjungan..... | III-9 |
| Gambar III.5 | Alasan Kedatangan Responden ke X Coffee | III-9 |
| Gambar III.6 | <i>Path Model</i> Penelitian | III-12 |
| Gambar III.7 | Model Penelitian Setelah Pengujian Model | III-17 |
| Gambar IV.1 | <i>Layout</i> X Coffee | IV-5 |
| Gambar IV.2 | Suasana dan Fasilitas X Coffee Area <i>Indoor</i> | IV-6 |
| Gambar IV.3 | X Coffee Area <i>Outdoor</i> | IV-6 |
| Gambar IV.4 | Kondisi Pencahayaan X Coffee yang Silau Pada Siang Hari..... | IV-7 |
| Gambar IV.5 | Kopi di X Coffee | IV-10 |
| Gambar IV.6 | Usulan <i>Layout</i> 1 | IV-13 |
| Gambar IV.7 | Usulan <i>Layout</i> 2 | IV-14 |
| Gambar IV.8 | Contoh Kursi yang Lebih Nyaman..... | IV-14 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN | A-1 |
| LAMPIRAN B DATA MENTAH KUESIONER | B-1 |

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

I.1 Latar Belakang Masalah

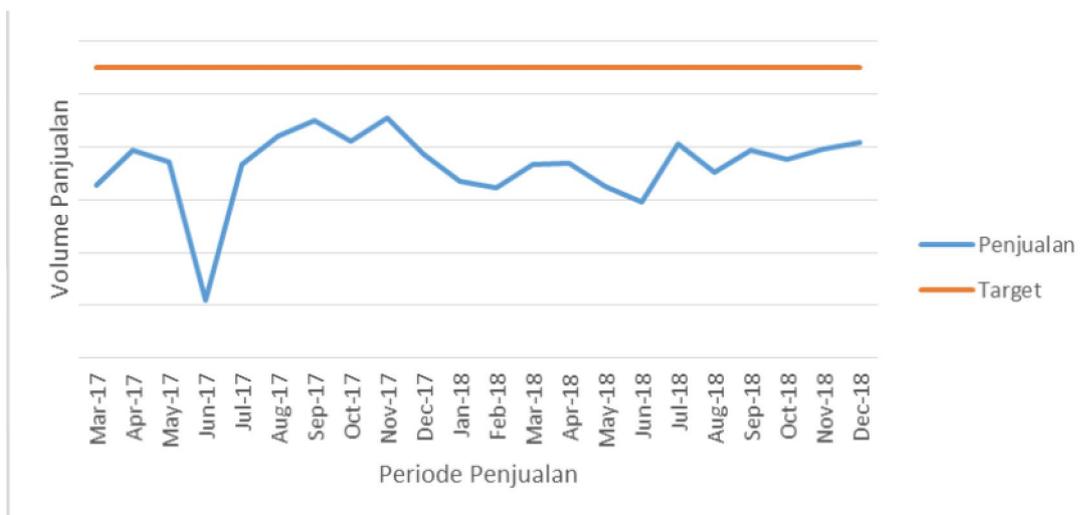
Bandung merupakan salah satu kota maju di Indonesia, dimana terdapat banyak tempat wisata, perkantoran maupun sekolah dan universitas. Menurut Data Pokok Kementerian Dalam Negeri tahun 2017, Kota Bandung memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.522.724 jiwa. Selain penduduk lokal, Bandung juga seringkali menjadi destinasi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung Tahun 2016, jumlah wisatawan domestik dan mancanegara di Kota Bandung sudah mencapai 5.000.625 jiwa. Hal ini menyebabkan banyak usaha tempat rekreasi yang berdiri di Bandung untuk menarik minat penduduk, baik penduduk asli Bandung maupun penduduk dari kota lain yang datang untuk bekerja, sekolah atau kuliah. Salah satu bentuk usaha yang marak berdiri di Kota Bandung yaitu kedai kopi. Pada kota besar seperti Bandung, dimana banyak masyarakat yang memiliki gaya hidup yang modern, terdapat sangat banyak kedai kopi. Hingga tahun 2018, sudah terdapat lebih dari 400 café dan kedai kopi yang terdaftar pada Zomato, dan 187 kedai kopi pada situs pergikuliner.com. Masyarakat modern biasanya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap tempat-tempat yang baru buka dan populer, oleh karena itu banyak berkembang usaha kedai kopi yang menarik pelanggan, baik dengan kenyamanan tempat, keindahan interior, dan rasa makanan dan minuman yang disediakan. Banyaknya kedai kopi di Bandung tentu meningkatkan persaingan yang terjadi, sehingga setiap kedai kopi harus berusaha untuk dapat bertahan dan memperoleh keuntungan yang besar.

Kedai kopi atau *Brasserie* adalah suatu restoran yang pada umumnya berhubungan dengan hotel, suatu tempat dimana tamu bisa mendapatkan makan

pagi, makan siang, makan malam secara cepat dengan harga yang cukupan (Marsyangm, 1999). Kedai kopi biasanya menyediakan minuman dengan spesialisasi kopi, namun juga menyediakan beberapa minuman lain, dan makanan ringan. Kedai kopi juga biasanya mementingkan keindahan interior, karena tujuan pelanggan yang datang ke sana biasanya bukan hanya untuk makan, namun untuk melakukan aktivitas lain seperti bekerja sambil menikmati minuman dan makanan ringan, atau untuk mengobrol dengan teman.

X Coffee merupakan sebuah kedai kopi di Bandung yang terletak di Dipati Ukur dan sudah berdiri sejak tahun 2015. X Coffee menyediakan menu dengan spesialisasi kopi, juga menyediakan minuman lain untuk pelanggan yang tidak menyukai kopi. X Coffee juga menjual makanan, mulai dari makanan ringan hingga makanan berat. Terdapat sebuah perpustakaan yang bersebelahan langsung dengan X Coffee, sehingga pelanggan yang datang dapat menikmati makanan dan minuman sambil membaca buku.

Selama satu tahun terakhir, X Coffee memiliki pola penjualan yang cenderung stabil, tidak terlalu naik dan tidak terlalu turun, namun pemilik mengatakan bahwa mereka ingin meningkatkan penjualan, karena penjualan yang dicapai belum memenuhi target awal. Selama ini, belum pernah dilakukan evaluasi sehingga tidak diketahui penyebab dari penjualan yang belum memenuhi target dan tidak adanya peningkatan yang signifikan, sehingga X Coffee juga belum menemukan cara untuk meningkatkan penjualan.



Gambar I.1. Penjualan X Coffee Periode Maret 2017-Desember 2018

Dari Grafik pada Gambar 1, terlihat bahwa pola penjualan pada X Coffee belum naik dan belum mencapai target, masih terjadi peningkatan dan penurunan yang tidak menentu setiap bulannya, walaupun besarnya tidak terlalu signifikan. Setiap bulan Juni, terjadi penurunan penjualan yang cukup besar karena merupakan bulan puasa. Pada Juni 2017, penurunan yang terjadi sangat besar, selain karena bulan puasa, juga karena X Coffee baru berpindah tempat, sehingga pemilik mengatakan bahwa saat itu masih merupakan masa penyesuaian di tempat baru dan masih mempelajari strategi yang tepat di tempat baru tersebut. Pada bulan Juni juga, sekolah dan kampus sedang masa liburan, sehingga banyak orang luar kota yang merantau ke Bandung sedang pulang ke kota asalnya. Namun penjualan menurun bukan hanya pada bulan Juni. Penurunan yang terjadi juga pada bulan lain menunjukkan bahwa masih terdapat masalah atau kekurangan pada X Coffee, sehingga perlu dilakukan perbaikan jika ingin meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan penjualan.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

X Coffee merupakan kedai kopi yang sudah cukup lama berdiri di Bandung. Penjualan pada X Coffee masih belum memenuhi target dan belum mengalami peningkatan yang stabil, padahal X Coffee memiliki posisi yang cukup strategis karena cukup dekat dengan beberapa kampus besar di Bandung. X Coffee yang sudah berdiri selama lebih dari 3 tahun juga sudah banyak diketahui oleh masyarakat Bandung. Pemilik X Coffee mengaku masih belum mengetahui secara pasti penyebab dari penjualan yang belum memenuhi target. Selama ini, usaha yang telah dilakukan untuk meningkatkan penjualan hanya dengan melakukan promosi melalui media sosial dan menawarkan promo-promo menarik bagi pelanggan.

Pada situs pergikuliner.com, X Coffee memiliki penilaian yang kurang baik dari aspek pelayanan dan perbandingan harga dan rasa.

Tabel I.1. Penilaian X Coffee di Situs [Pergikuliner.com](http://pergikuliner.com)

| Aspek | Penilaian |
|--------------|-----------|
| Rasa | 4/5 |
| Suasana | 4/5 |
| Harga : Rasa | 3/5 |
| Pelayanan | 3/5 |
| Kebersihan | 4/5 |
| Rata-rata | 3,6/5 |

Secara keseluruhan, X Coffee memiliki penilaian sebesar 3,6 dari 5, yang berarti X Coffee belum mendapatkan nilai “Baik”. Pemilik mengatakan bahwa pelayan pada X Coffee memang hanya melalui pelatihan dasar dan singkat, sehingga mungkin masih terdapat beberapa kasus dimana pelayan kurang cekatan, kurang handal, dan kurang baik dalam menjelaskan menu pada X Coffee. Pemilik juga tidak selalu berada disana untuk memeriksa dan memastikan pelayan bekerja dengan baik. Namun, pada situs tersebut, tidak banyak yang menulis ulasan, sehingga untuk mengetahui penilaian atau kesan pelanggan terhadap X Coffee, dilakukan wawancara singkat dengan beberapa pelanggan, untuk memastikan apakah terdapat kekurangan, khususnya dari aspek pelayanan dan perbandingan harga dengan rasa.

Hasil wawancara awal dengan delapan pelanggan menunjukkan adanya kekurangan pada pelayanan di X Coffee. Keluhan yang sering dikatakan yaitu pelayan kurang ramah sehingga pelanggan kurang nyaman saat ingin bertanya tentang menu di sana. Selain kurang ramah, pelayan juga kurang pandai dalam menjelaskan tentang menu sehingga pelanggan tidak mengerti. Namun keluhan ini tidak dikatakan oleh seluruh pelanggan yang diwawancarai, ada yang mengatakan bahwa pelayannya sudah ramah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayan X Coffee masih kurang konsisten dalam bersikap ramah, atau masih ada beberapa pelayan yang kurang ramah. Seorang pelanggan juga mengatakan bahwa pesanan yang diantarkan salah, tidak sesuai dengan yang dipesan. Selain dari segi pelayanan, terdapat sebuah keluhan dari segi suasana yaitu volume musik yang diputar terlalu keras sehingga pelanggan tidak dapat berkonsentrasi. Pilihan menu dan rasa makanan dan minuman juga masih perlu ditingkatkan, karena ada pelanggan yang mengatakan bahwa hampir seluruh minuman di X Coffee terlalu manis. Pelanggan lain juga mengatakan bahwa rasa makanan dan minumannya masih biasa saja dan harganya termasuk mahal untuk siswa dan mahasiswa.

Hasil wawancara awal tersebut menunjukkan bahwa ada keluhan dari aspek pelayanan pada X Coffee. Untuk memastikan bahwa hal-hal yang dikeluhkan tersebut benar terjadi dan bukan hanya kejadian *accidental* atau kebetulan, dilakukan wawancara tambahan lagi pada pelanggan X Coffee secara random. Wawancara dilakukan kepada total 20 orang, dan setiap orang dapat

memberikan lebih dari satu keluhan. Rekapitulasi keluhan pelanggan dapat dilihat pada Tabel I.2.

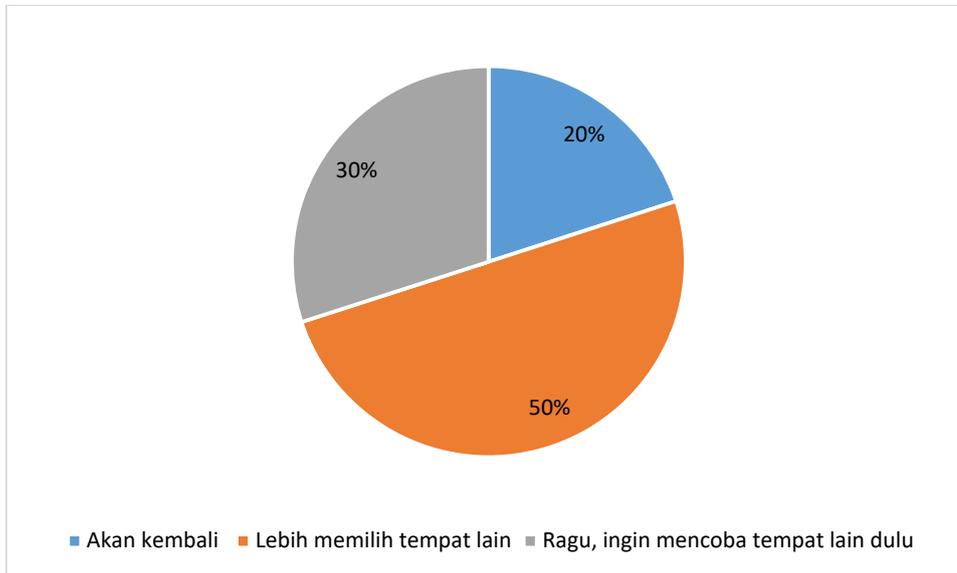
Tabel I.2. Keluhan Pelanggan Berdasarkan Wawancara

| Keluhan | Jumlah |
|---|--------|
| Pelayan kurang ramah | 12 |
| Pelayan kurang pandai menjelaskan menu | 8 |
| Pelayan kurang cepat dan tanggap | 8 |
| Rasa makanan dan minuman kurang memuaskan | 7 |
| Fasilitas Wi-Fi dan colokan | 5 |
| Pesanan salah | 1 |
| Suara musik mengganggu | 1 |

Berdasarkan hasil wawancara, keluhan terbanyak yaitu pelayan yang kurang ramah. Berdasarkan hasil wawancara, pelayan memang tidak bersikap ketus atau cuek, namun kurang bersahabat dan hanya menjawab apa adanya tanpa ekspresi saat melayani pelanggan, sehingga membuat pelanggan menjadi kurang nyaman. Saat pelanggan bertanya tentang menu, pelayan juga kurang dapat menjelaskan secara rinci sehingga kurang menjawab pertanyaan pelanggan. Beberapa pelanggan merasa pelayan kurang cepat dan tanggap. Hal ini ditunjukkan dengan pelayan yang lambat datang menghampiri pelanggan yang memanggil, karena sedang mengobrol. Contoh kasus lain yaitu saat pelanggan baru datang, pelayan belum membersihkan meja yang ditempatinya padahal saat ia datang meja sudah kosong, bukan baru ditinggali pelanggan sebelumnya. Rasa makanan dan minuman masih kurang memuaskan untuk beberapa pelanggan, khususnya penggemar kopi. Mereka menganggap rasa kopi di X Coffee terlalu manis sehingga kurang terasa kopinya, sedangkan untuk rasa makanan, sebagian besar sudah merasa puas. Fasilitas pada X Coffee sudah lengkap, namun terdapat beberapa pelanggan yang merasa koneksi Wi-Fi masih lambat sehingga sulit untuk mengerjakan tugas yang membutuhkan internet. Seorang pelanggan juga merasa jumlah colokan di X Coffee masih kurang. Hasil wawancara tambahan tidak menunjukkan adanya keluhan lain mengenai kesalahan pesanan dan suara musik yang terlalu keras, sehingga kejadian-kejadian tersebut mungkin hanya terjadi beberapa kali karena kelalaian.

Keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut mungkin memengaruhi keputusan mereka untuk datang lagi ke X Coffee. Pelanggan bisa jadi tidak ingin kembali atau lebih memilih untuk datang ke kedai kopi lain yang

dapat lebih memuaskan mereka, mengingat banyaknya kedai kopi saat ini. Pada wawancara yang dilakukan, pelanggan juga ditanya mengenai keinginan mereka untuk datang kembali ke X Coffee.



Gambar I.2. Keinginan Pelanggan Kembali ke X Coffee

Dari 20 orang yang diwawancarai tersebut, hanya 20% orang yang mengatakan bahwa mereka akan kembali lagi. Pelanggan yang tidak ingin kembali lagi disebabkan karena tidak puas dengan X Coffee dan lebih memilih tempat lain. Pemilik X Coffee juga mengatakan bahwa belum banyak pelanggan yang loyal. Sebagian besar pelanggan merupakan pelanggan baru. Pelanggan yang datang berkali-kali biasanya hanya pelanggan yang merupakan kenalan dari pemilik, padahal pemilik mengatakan bahwa mereka ingin mendapatkan pelanggan yang loyal untuk mengurangi resiko kehilangan pelanggan pada pesaing, karena sudah banyak sekali kedai kopi yang ada di Bandung, dan pasti masih akan terus bertambah. Untuk meningkatkan loyalitas harus dilakukan dengan menjamin kepuasan pelanggan, menurut Lovelock dan Wright (2005), kepuasan pelanggan adalah sebuah pendahuluan dari pembelian kembali konsumen, loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Sedangkan kepuasan pelanggan, menurut Kotler dan Keller (2012), adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja atau hasil produk, dalam kasus X Coffee yaitu dengan meningkatkan produk dan pelayanan.

Penelitian yang dilakukan Won Sook Lee, Joonho Moon dan Myungkeun Song (2018) mempelajari mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan suatu kedai kopi. Lee, et al (2018) menguji empat buah variabel yaitu suasana, sikap pelayan, layanan internet dan kualitas kopi terhadap kepuasan pelanggan. Selain menguji empat variabel tersebut, Lee, et al (2018) juga menguji pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Lee, et al. (2018) dilakukan di kedai kopi Starbucks di Amerika Serikat. Hasil penelitian Lee, et al (2018) menunjukkan bahwa suasana, sikap pelayan, layanan internet dan kualitas kopi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti jika performansinya ditingkatkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan juga. Kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, jadi secara tidak langsung peningkatan performansi juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

X Coffee yang masih memiliki masalah pada pelayanan dapat menggunakan model penelitian Lee, et al (2018) sehingga dapat mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan X Coffee. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan perlu diketahui untuk menentukan perbaikan yang perlu dilakukan dan menghindari dilakukannya perbaikan terhadap suatu faktor yang ternyata tidak memengaruhi kepuasan pelanggan sehingga akan sia-sia. Usulan perbaikan akan diberikan untuk faktor yang terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan, dan dengan menggunakan model penelitian Lee, et al (2018) juga dapat diketahui faktor yang memiliki pengaruh terbesar sehingga dapat diketahui prioritas perbaikan yang perlu dilakukan. Jika kepuasan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, X Coffee dapat meningkatkan loyalitas pelanggan juga sehingga semakin banyak pelanggan yang mau datang kembali ke X Coffee dan dapat meningkatkan penjualan juga.

Sesuai dengan penelitian Lee, et al. (2018), pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Metode PLS-SEM ini umumnya dilakukan untuk penelitian yang melakukan prediksi. Dilihat dari strukturnya, model yang digunakan memiliki variabel tengah yaitu kepuasan (dipengaruhi oleh suasana, sikap pelayan, kualitas kopi, layanan internet dan memengaruhi loyalitas), PLS-SEM memiliki kelebihan

karena dapat menunjukkan pengaruh secara langsung dan tidak langsung (melalui dan tidak melalui variabel tengah). Selain PLS-SEM terdapat juga metode *Covariance Based SEM* (CBSEM) yang dapat digunakan juga untuk penelitian seperti ini, namun pada CBSEM, data yang dibutuhkan banyak sehingga penelitian akan membutuhkan waktu yang lebih lama dalam pengumpulan data. PLS-SEM memiliki kelebihan lain yaitu asumsi normal untuk data yang digunakan dan jumlah sampel minimum yang sedikit, karena akan dilakukan *bootstrapping* atau penggandaan sampel. Dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, tidak mudah untuk mendapatkan banyak data dalam waktu yang cepat sehingga dengan menggunakan metode ini, proses pengumpulan dan pengolahan data dapat dilakukan dengan lebih efisien.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibahas, dapat dirumuskan masalah untuk penelitian ini:

1. Variabel apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan X Coffee berdasarkan model penelitian Lee, et al. (2018)?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan X Coffee?
3. Apa usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan X Coffee?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, terdapat batasan dan asumsi yang diperlukan agar penelitian dapat dilakukan secara lebih fokus, juga karena adanya keterbatasan akses pada objek penelitian. Batasan-batasan pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan sampai tahap pemberian usulan perbaikan, tidak sampai implementasi.
2. Biaya dan sumber daya lain yang diperlukan untuk usulan perbaikan dianggap tersedia.

Sedangkan asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Tidak terdapat perubahan sistem yang terjadi selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada X Coffee bertujuan untuk:

1. Mengetahui variabel dari penelitian Lee, et al. (2018) yang memengaruhi kepuasan pelanggan X Coffee
2. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan X Coffee
3. Memberikan usulan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan X Coffee

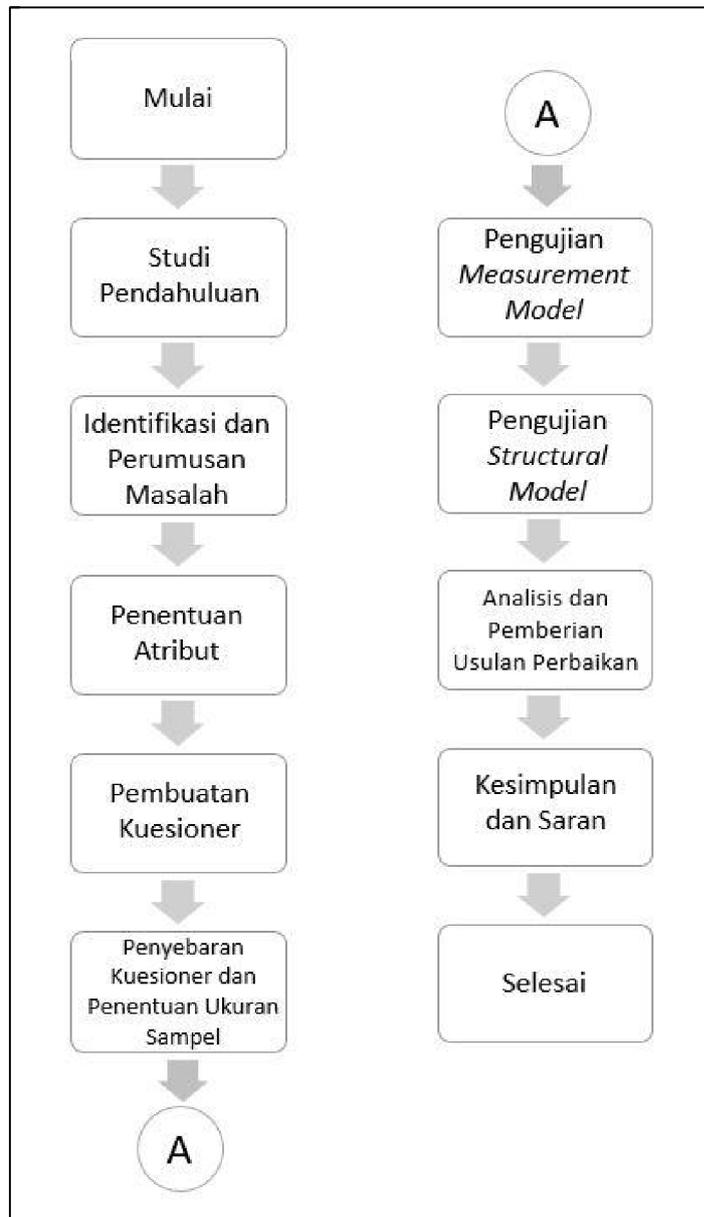
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik bagi peneliti, bagi pihak perusahaan dan bagi pembaca:

1. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk mempelajari secara lebih dalam mengenai kualitas jasa dan aplikasinya di dunia nyata, juga mempelajari mengenai metode pengolahan data yang digunakan.
2. Bagi perusahaan yaitu X Coffee, dapat diketahui hal-hal yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat menghasilkan usulan perbaikan yang dapat dipertimbangkan untuk dilakukan, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat berguna untuk menambah ilmu dan sebagai referensi untuk penelitian di masa yang akan datang mengenai kualitas jasa dan mengenai metode yang digunakan pada penelitian ini.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menunjukkan langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian secara urut dan sistematis. Penelitian ini dimulai dengan melakukan studi pendahuluan dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan dan saran berdasarkan pengolahan data dan analisis yang dilakukan. Penelitian akan dilakukan dengan metodologi sebagai berikut:



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan
Studi pendahuluan dilakukan untuk mempelajari materi penelitian, juga pengamatan awal terhadap objek penelitian.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Tahap selanjutnya setelah melakukan pengamatan awal adalah melakukan wawancara dengan pihak perusahaan dan pelanggan untuk mengetahui masalah yang terjadi. Berdasarkan masalah yang terjadi juga ditentukan metode yang akan digunakan untuk penelitian.

3. **Penentuan Variabel**
Penentuan variabel dilakukan dengan menginterpretasikan hasil studi literatur. Variabel-variabel ini akan dimasukkan ke dalam kuesioner untuk dinilai performansinya oleh responden.
4. **Pembuatan Kuesioner**
Kuesioner dibuat untuk variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan skala yang sesuai untuk dinilai.
5. **Penyebaran Kuesioner dan Penentuan Ukuran Sampel**
Kuesioner akan disebar ke pelanggan hingga data yang masuk sesuai dengan jumlah sampel yang cukup.
6. **Pengujian *Measurement Model***
Pengujian *Measurement model* pada dasarnya merupakan uji validitas dan reliabilitas dari data, untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan sudah tepat dan memastikan data konsisten dan andal.
7. **Pengujian *Structural Model***
Pengujian model yang dibuat untuk menjawab hipotesis, melihat pengaruh variabel terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
8. **Analisis dan Pemberian Usulan Perbaikan**
Usulan perbaikan diberikan untuk atribut-atribut yang berdasarkan hasil pengolahan data masih butuh diperbaiki atau ditingkatkan.
9. **Kesimpulan dan Saran**
Penarikan kesimpulan berdasarkan penelitian, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, serta memberikan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini menunjukkan urutan penulisan penelitian yang dilakukan mulai dari pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Penulisan penelitian ini dibagi ke dalam lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian, baik dalam penentuan masalah dan metode penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode pengumpulan data yang digunakan, rekapitulasi data yang dikumpulkan dan pengolahan yang dilakukan yaitu pengujian model penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Bab ini berisi analisis terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data, serta usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk mengatasi masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta diberikan saran bagi pihak perusahaan.