

**USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN
STARBUCKS COFFEE PPAU BANDUNG
BERDASARKAN *MODIFIED IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS***

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Abimanyu Alfarizy

NPM : 2013610127



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

2019

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Abimanyu Alfarizy
NPM : 2013610127
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN
STARBUCKS COFFEE PPAU BANDUNG BERDASARKAN
MODIFIED IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 15 Agustus 2019

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Dosen Pembimbing

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



Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Abimanyu Alfarizy

NPM : 2013610127

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

" Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung Berdasarkan Modified Importance Performance Analysis "

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, 15 Agustus 2019

Abimanyu Alfarizy

NPM : 2013610127

ABSTRAK

Pada era milenial ini kopi telah menjadi gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia. Tingginya minat masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi kopi berdampak kepada merebaknya usaha coffee shop di kota – kota besar di Indonesia termasuk kota Bandung. Starbucks Coffee PPAU merupakan salah satu gerai coffee shop yang mulai beroperasi sejak September 2016 dan berlokasi di area Bandara Husein Sastranegara Bandung. Pada awal bisnisnya, Starbucks Coffee PPAU memiliki rata – rata pendapatan yang baik setiap bulannya. Namun semenjak Maret 2018 rata – rata pendapatan tersebut menurun cukup signifikan, hal tersebut diduga akibat munculnya coffee shop baru yang berlokasi tepat disamping Starbucks Coffee PPAU yaitu Upnormal Coffee Roaster. Terdapat adanya dugaan bahwa penyebab dari penurunan pendapatan tersebut akibat dari perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh kedua perusahaan. Dalam menanggapi hal tersebut, maka dilakukan pemetaan kualitas pelayanan kedua perusahaan menggunakan metode *modified importance performance analysis* (MIPA). Terdapat 20 atribut yang diukur dalam proses pemetaan ini, dengan membandingkan tingkat kepentingan atribut dan tingkat performansi kedua perusahaan. Berdasarkan hasil pemetaan terdapat 6 buah atribut yang perlu diperbaiki yaitu A1, A2, A3, A4, A19, dan A20. Disamping itu dihasilkan 16 usulan yang diajukan kepada perusahaan untuk memperbaiki atribut terkait demi meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Dimana usulan tersebut berkaitan pada faktor suasana, fasilitas, pemasaran, dan *customer engagement*.

ABSTRACT

In this millennial era, coffee has become a major part of Indonesian people's life style. The highest demand of Indonesian people in consuming coffee impacts the increasing number of coffee shops in Indonesia including Bandung. PPAU Starbucks Coffee is one of the coffee shops that has been operating since September 2016 and located in Husein Sastranegara Airport. In the beginning of the business, PPAU Starbucks Coffee had maintain a good income every month. But, since March 2018, the average income significantly decreased. It was suspected because of the new opening coffee shop located right next to it, it is Upnormal Coffee Roaster. There was allegation of the low income was caused by differentiation of service quality which given by both company. Therefore, in order to respond to it, this research made a quality mapping of both company by using Modified Importance Performance Analysis (MIPA). There were 20 attributes which measured in the process of the mapping which compared by the attributes' level of importance and level of performance from both company. Based on the mapping, there are 6 attributes needs to be fixed which are A1, A2, A3, A4, A19, and A20. Despite of that also the mapping resulted 16 suggestions for the company to fix the attributes, thus allowing quality improvement of the company services. Those suggestions are related to factors of atmosphere, facility, marketing, and customer engagement.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung Berdasarkan *Modified Importance Performance Analysis*”. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T.) bagi mahasiswa program Sarjana (S-1) pada Fakultas Teknologi Industri dengan program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Proses pengerjaan hingga terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahnyangan sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama dari penulis yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D. selaku Dosen Wali penulis pada program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Alfian, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji Proposal Skripsi dimana membantu memberikan masukan kepada penulis.
5. Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. Dosen Penguji Proposal Skripsi dimana membantu memberikan masukan kepada penulis.

6. Bapak Wildan Rakhman, selaku pengelola usaha Starbucks Coffee PPAU Bandung yang telah mengizinkan untuk memberikan data – data terkait bisnis perusahaan.
7. Rekan – rekan Program Studi Teknik Industri UNPAR angkatan 2013 yang selalu memberi semangat dan bantuan satu sama lain dalam proses pengerjaan skripsi ini.
8. Barista – barista Starbucks Coffee Sherlock Common Space yang selalu ramah dalam melayani selama penulis merampungkan skripsi ini di tempat ini.
9. Barista – barista Starbucks Coffee PPAU yang memberikan izin dalam melakukan proses wawancara dan kuesioner di dalam area Starbucks Coffee PPAU Bandung.
10. Barista – barista Upnormal Coffee Roaster yang memberikan izin dalam melakukan proses wawancara dan kuesioner di dalam area Upnormal Coffee Roaster Husein Sastranegara Bandung.

Teristimewa kepada Orang Tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril maupun materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Kezia Yemima yang selalu memberi dukungan moril dan selalu menemani dalam proses pembuatan skripsi ini. Lalu semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bandung, 15 Agustus 2019

Penulis,

Abimanyu Alfarizy

2013610127

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-10
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	I-19
I.4 Tujuan Penelitian	I-19
I.5 Manfaat Penelitian	I-20
I.6 Metodologi Penelitian	I-20
I.7 Sistematika Penulisan	I-21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Jasa	II-1
II.2 Kepuasan Pelanggan	II-2
II.3 Loyalitas Pelanggan	II-2
II.4 <i>Modified Importance Performances Analysis</i>	II-3
II.5 Segmentasi	II-6
II.6 Skala	II-7
II.7 Skala Sikap	II-8
II.8 Kuesioner	II-10
II.9 Sampel	II-11
II.10 Teknik <i>Sampling</i>	II-12
II.10.1 <i>Probability Sampling</i>	II-12
II.10.2 Non-probability Sampling	II-13
II.11 Validitas.....	II-14

II.12 Reliabilitas	II-16
II.13 Atribut Kualitas Pelayanan Pada Coffee Shop	II-17
BAB III PENGUKURAN DAN PEMETAAN KUALITAS LAYANAN	III-1
III.1 Deskripsi Perusahaan	III-1
III.2 Penetapan Atribut Kualitas Pelayanan	III-2
III.3 Perancangan Kuesioner Penelitian	III-8
III.4 Penyebaran Kuesioner	III-11
III.5 Penilaian Atribut Kualitas Pelayanan	III-12
III.5.1 Profil Responden	III-12
III.5.2 Uji Reliabilitas	III-15
III.5.3 Uji Validitas	III-16
III.5.4 Perhitungan <i>Modified</i> IPA	III-20
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....	IV-1
IV.1 Analisis Perancangan Kuesioner	IV-1
IV.2 Analisis Penyebaran Responden	IV-2
IV.3 Analisis Profil Responden	IV-3
IV.4 Analisis <i>Modified Importance Performance Analysis</i> (MIPA)	IV-6
IV.4.1 Analisis Kuadran I.....	IV-7
IV.4.2 Analisis Kuadran II.....	IV-8
IV.4.3 Analisis Kuadran III	IV-9
IV.4.4 Analisis Kuadran IV	IV-28
IV.5 Usulan Perbaikan.....	IV-29
IV.5.1 Perbaikan Kategori <i>Atmosphere</i>	IV-29
IV.5.1.1 Perbaikan Atribut Satu (A1)	IV-30
IV.5.1.2 Perbaikan Atribut Dua (A2)	IV-32
IV.5.1.3 Perbaikan Atribut Tiga (A3).....	IV-35
IV.5.1.4 Perbaikan Atribut Satu (A4)	IV-37
IV.5.2 Perbaikan Kategori <i>Loyalty</i>	IV-39
IV.5.2.1 Perbaikan Atribut Sembilan Belas (A19)	IV-40
IV.5.2.2 Perbaikan Atribut Dua Puluh (A20)	IV-42
IV.6 Respon Starbucks Coffee PPAU.....	IV-45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Total Penjualan per Bulan Starbucks Coffee PPAU Bulan September 2016 hingga Desember 2018	I-5
Tabel I.2	Rata – Rata Total Transaksi per Bulan Starbucks Coffee PPAU Bulan September 2016 hingga Desember 2018	I-7
Tabel I.3	Keluhan Pelanggan Starbucks Coffee PPAU Bandung	I-17
Tabel II.1	Atribut Kualitas Pelayanan <i>Coffee Shop</i>	II-18
Tabel III.1	Atribut Kualitas Pelayanan sebelum Pengujian Awal.....	III-5
Tabel III.2	Keluhan Responden terhadap Atribut Kualitas Pelayanan saat Pengujian Awal	III-6
Tabel III.3.	Hasil Perbaikan Atribut Kualitas Pelayanan setelah Pengujian Awal.....	III-7
Tabel III.4	Bagian Pertama Kuesioner Tabel III.5.....	III-9
Tabel III.5	Bagian Kedua Kuesioner	III-10
Tabel III.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	III-16
Tabel III.7	Uji Validasi Tingkat Kepentingan Atribut	III-16
Tabel III.8	Uji Validasi Performansi Starbucks Coffee PPAU	III-17
Tabel III.9	Uji Validasi Performansi Upnormal Coffee Roaster	III-17
Tabel III.10	Rekapitulasi Nilai Rata – Rata Atribut Kualitas Pelayanan	III-20
Tabel III.11	Rekapitulasi Hasil MIPA dan Posisi Kuadran	III-23
Tabel IV.1	Rekapitulasi Atribut Kuadran III	IV-10
Tabel IV.2	Respon Starbucks Coffee PPAU terhadap Usulan	IV-46

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.	Peta Lokasi Starbucks Coffee PPAU Bandung	I-4
Gambar I.2	Grafik Tingkat Penjualan Starbucks Coffee PPAU Bandung September 2016 hingga Desember 2018	I-7
Gambar I.3	Grafik Tingkat Rata – Rata Transaksi Starbucks Coffee PPAU Bandung bulan September 2016 hingga Desember 2018	I-9
Gambar I.4	Ruangan Indoor Starbucks Coffee PPAU Bandung	I-10
Gambar I.5	Ruangan Outdoor Starbucks Coffee PPAU Bandung	I-10
Gambar I.6	Kesan Responden Terhadap Kedua Perusahaan.....	I-13
Gambar I.7	Prefrensi Responden terhadap Kedai Kopi di Area Husen Sastranegara	I-14
Gambar I.8	Faktor Demografis Karakteristik Responden	I-15
Gambar I.9	Faktor Psikografis Karakteristik Responden.....	I-16
Gambar I.10	Metode Penelitian.....	I-21
Gambar II.1	Peta Modified Importance – Performance Analysis.....	II-5
Gambar II.2	Teknik Sampling.....	II-12
Gambar III.1	Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	III-12
Gambar III.2	Persentase Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	III-13
Gambar III.3	Persentase Berdasarkan Usia	III-13
Gambar III.4	Persentase Berdasarkan Pendidikan Terakhir	III-14
Gambar III.5	Persentase Berdasarkan Rata – Rata Penghasilan	III-14
Gambar III.6	Lama Waktu menetap di <i>Coffee Shop</i>	III-15
Gambar III.6	Peta MIPA Starbucks Coffee PPAU	III-22
Gambar IV.1	Bagian Dalam Starbucks Coffee PPAU	IV-13
Gambar IV.2	Bagian Dalam Upnormal Coffee Roaster	IV-13
Gambar IV.3	Bagian Luar Starbucks Coffee PPAU	IV-14
Gambar IV.4	Bagian Luar Upnormal Coffee Roaster.....	IV-14
Gambar IV.5	Keluhan <i>Mobile Application</i> Starbucks Indonesia.....	IV-18
Gambar IV.6	Fitur Kelola Mobile Application Starbucks Card	IV-19
Gambar IV.7	Keuntungan Penggunaan Mobile Application Starbucks Card..	IV-20
Gambar IV.8	Sistem Hadiah Starbucks Card	IV-21

Gambar IV.9 Keluhan Mobile Application Upnormal	IV-22
Gambar IV.10 Fitur Dasar Mobile Application Upnormal	IV-23
Gambar IV.11 Fitur Pemesanan melalui Mobile Application Upnormal.....	IV-24
Gambar IV.12 Fitur Lokasi melalui Mobile Application Upnormal	IV-25
Gambar IV.13 Nilai Keseluruhan Mobile Application Starbucks Indonesia	IV-26
Gambar IV.14 Nilai Keseluruhan Mobile Application Upnormal	IV-26
Gambar IV.15 Penggunaan Kursi Bar	IV-33
Gambar IV.16 Penggunaan Kursi Awal	IV-34
Gambar IV.17 Penggunaan Banner sebagai Informasi Jadwal Penerbangan	IV-39
Gambar IV.15 Penggunaan Kursi Bar.....	IV-33

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I akan berisi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah dan penjelasan mengenai penelitian yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah. Bab I ini akan berisikan tentang penjelasan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Kopi adalah salah satu komoditas yang dibudidayakan di berbagai negara. Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang dapat dikatakan menjadi kegemaran semua orang, hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah restoran, café, ataupun kedai yang menyediakan *menu* kopi sebagai salah satu pilihan minuman di tempat mereka. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan jumlah produksi kopi terbanyak di dunia, dengan adanya fakta tersebut perkembangan industri kopi di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat baik. Bandung menjadi salah satu kota dengan banyaknya pilihan tempat untuk menikmati kopi. Tidak dapat dipungkiri banyak café atau *coffee shop* yang berada di kota Bandung baik dengan *brand* besar maupun *brand* kecil. *Coffee shop* merupakan tempat spesialis dalam menyajikan kopi sebagai salah satu produk pilihan untuk konsumen, dimana terdapat beragam varian dan rasa yang dapat ditawarkan. Saat ini kopi bukan hanya sekadar minuman namun sudah menjadi salah satu gaya hidup dari orang – orang di perkotaan. Banyak orang memilih *coffee shop* sebagai tempat mereka untuk bertemu dengan teman, sahabat, atau rekan kerja. Selain itu juga *coffee shop* menjadi salah satu tempat kegemaran untuk mengerjakan tugas kantor, kuliah, ataupun lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya *coffee shop* yang berada di area perkantoran atau kampus – kampus di daerah perkotaan.

Setiap *coffee shop* memiliki perbedaannya masing – masing, sehingga memiliki keunikan tersendiri yang ditawarkan kepada konsumen. Keunikan tersebut dapat disampaikan kepada konsumen melalui berbagai cara seperti

pelayanan, lokasi dan tempat, harga dan *brand*, karyawan atau yang biasa disebut *barista*, serta produk yang ditawarkan.

Pelayanan di setiap *coffee shop* tentu berbeda – berbeda, hal ini disebabkan adanya perbedaan sistem *managerial* dan operasional dari setiap *coffee shop*. Seorang pakar F&B yaitu Eduard R. Pangkerego berpendapat bahwa terdapat beberapa metode pelayanan adalah *conventional*, *semi – conventional*, dan *self – service*. Metode *conventional* adalah metode pelayanan dengan cara konsumen melakukan pemesanan kepada *waiter*, lalu *waiter* mencatat seluruh pesanan kepada konsumen, pesanan selanjutnya diproses untuk dibuat, lalu pesanan diantar kepada konsumen oleh *waiter*. Dapat dikatakan metode ini mengalami proses yang cukup panjang. Metode *semi – conventional* adalah metode dimana konsumen langsung melakukan pemesanan di area kasir sehingga pesanan langsung diproses untuk dibuat, lalu pesanan akan diantar oleh pelayan ke meja konsumen. Dengan kata lain metode ini memotong waktu pencatatan pesanan konsumen, sehingga metode ini lebih cepat jika dibanding metode *conventional*. Metode *self – service* adalah metode dimana konsumen melakukan pemesanan langsung di area kasir, pesanan langsung diproses, serta konsumen mengambil sendiri pesanan mereka. Umumnya metode ini digunakan pada *coffee shop* yang menggunakan bar sehingga konsumen mengambil pesannya di area bar. Dengan demikian metode ini memotong waktu pencatatan pesanan konsumen, serta waktu pengantaran pesanan kepada konsumen. Oleh sebab itu metode ini dapat dikatakan paling cepat dari segi pelayanan. Namun disamping itu setiap metode memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing yang berdampak pada kepuasan konsumen atau *customer satisfaction*.

Lokasi dan tempat menjadi salah satu faktor konsumen dalam memilih *coffee shop* tujuannya. Terdapat beberapa elemen dalam faktor ini seperti jarak, fasilitas, dan kenyamanan. Jarak terkait pada seberapa jauh atau dekat lokasi *coffee shop* terhadap konsumen. Fasilitas terkait pada seberapa besar kebebasan konsumen pada *coffee shop* yang ditawarkan seperti *wifi*, area ibadah, *smoking area*, dan sebagainya. Kenyamanan terkait pada interior dan eksterior *coffee shop*. Tidak dapat dipungkiri saat ini banyak orang yang memilih *coffee shop* dengan tempat yang menarik untuk dijadikan salah satu *spot* foto agar dapat dibagikan di jejaring sosial media salah satunya Instagram.

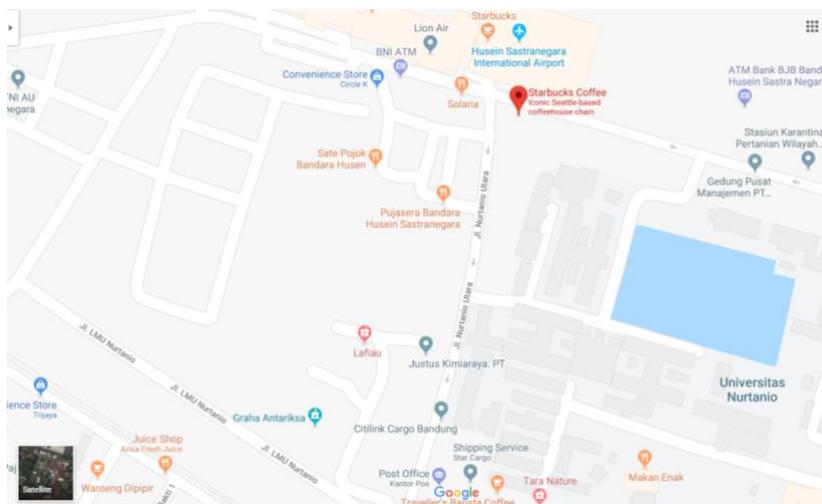
Harga dan *brand* merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan. Pada umumnya *coffee shop* dengan *brand* besar sudah memiliki pasarnya sendiri, sehingga kecil kemungkinan *coffee shop* tersebut akan mengalami gulung tikar. Mayoritas *coffee shop* dengan *brand* besar memiliki harga produk yang lebih tinggi, namun hal tersebut tidak membuat mereka kehilangan pelanggan karena mereka telah memiliki segmen pasar tersendiri dengan daya beli tertentu. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya *brand – brand* besar yang berada di Indonesia misalnya, Starbucks Coffee, J.Co., Toby's Estate, dan sebagainya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini Barista atau orang yang membuat kopi bagi konsumen menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk datang terhadap *coffee shop* tersebut. Terdapat beberapa elemen terkait Barista yaitu seperti sifat *personal*, penampilan, atau keahlian. Sifat *personal* adalah bagaimana cara Barista tersebut melayani konsumen hal ini terkait keramahan dari Barista. Penampilan terkait dari ketampanan atau kecantikan dari Barista itu sendiri. Keahlian adalah seberapa baik kemampuan Barista dalam meracik kopi untuk konsumennya. Elemen – elemen tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap suatu *coffee shop*.

Produk yang ditawarkan suatu *coffee shop* juga menjadi salah satu faktor yang menentukan konsumen dalam memilih *coffee shop* tujuannya. Produk disini bukan hanya terkait minuman kopi, namun juga termasuk, biji kopi, alat – alat kopi, bahkan *merchandise* dari *coffee shop* tersebut. Variatif produk yang ditawarkan menjadi salah satu elemen yang meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu *coffee shop*. Hal – hal tersebut merupakan faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *coffee shop* tujuannya. Namun disamping itu terdapat hal lain yang dapat membantu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu *coffee shop* salah satunya adalah aktivitas promosi. Kegiatan promosi memiliki cakupan yang luas dan tujuan yang beragam, namun tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan dari *coffee shop* tersebut. Dengan demikian diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik demi meningkatkan penjualan dari suatu *coffee shop*.

Saat ini banyak *coffee shop* dengan *brand – brand* besar yang menjual produk yang bervariasi salah satunya adalah Starbucks Coffee. Starbucks memiliki berbagai jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen seperti minuman, biji kopi, alat – alat pembuat kopi, *merchandise* seperti *tumbler*, *tote*

bag dan sebagainya. Pada era teknologi saat ini Starbucks sendiri telah memanfaatkan media sosial untuk melakukan aktifitas promosi produk mereka demi meningkatkan penjualan setiap bulannya. Namun promo tersebut sayangnya tidak berpengaruh secara signifikan kepada semua *store*, salah satu *store* yang tidak mengalami dampak fenomena promo via media sosial tersebut salah satunya adalah Starbucks Coffee PPAU. *Coffee shop* ini berlokasi di area *drop – off* Bandara Husein Sastranegara.



Gambar I.1. Peta Lokasi Starbucks Coffee PPAU Bandung

Lokasi *Starbucks Coffee* PPAU cukup strategis karena berada persis di depan Bandara Husein Sastranegara, dimana pelanggan utamanya adalah orang yang baru tiba di Bandung, orang yang hendak menjemput, dan orang yang akan menunggu jadwal keberangkatan. Disamping itu keuntungan dari lokasi di Bandara adalah adanya daya beli yang kuat dari pelanggan, sehingga tidak terjadi kesulitan yang signifikan dalam menawarkan produk perusahaan. Starbucks Coffee PPAU sudah beroperasi sejak bulan September 2016, serta memiliki jam operasi dari jam 5 pagi hingga 10 malam bekerja dengan sistem *shifting*. Rata-rata kondisi toko ramai pada saat pagi hingga siang hari, dimana toko dipadati oleh pelanggan yang hendak berangkat di pagi hari dan yang baru tiba di Bandung, oleh sebab itu umumnya penjualan *opening shift* lebih besar daripada *closing shift*. Namun disamping itu ada banyak hal yang mempengaruhi penjualan toko diantaranya adalah pesaing bisnis, promo, serta kondisi penerbangan. Pesaing bisnis utama Starbucks Coffee PPAU adalah *Upnormal Coffee Roaster* yang

berlokasi tepat disamping Starbucks Coffee PPAU. Hal ini jelas mempengaruhi tingkat penjualan Starbucks Coffee PPAU karena *Upnormal Coffee Roaster* menjual produk yang serupa dengan harga yang lebih terjangkau dibanding dengan Starbucks Coffee PPAU. Rentang harga kasar di *Upnormal Coffee Roaster* berkisar Rp 20.000 – Rp 30.000 untuk satu gelas kopi, sedangkan di *Starbucks Coffee PPAU* berkisar Rp 32.000 – Rp 65.000 untuk satu gelas kopi. Hal ini jelas menjadi pengaruh utama dalam tingkat penjualan Starbucks Coffee PPAU.

Starbucks Coffee memiliki berbagai promo dalam menarik pelanggannya seperti *buy 1 get 1*, potongan harga 50% untuk minuman dengan menggunakan *tumbler* setiap tanggal 22 di setiap bulan, *Reward Point* dari penggunaan *starbucks card*, dan lain – lain. Hal ini jelas cukup berpengaruh terhadap tingkat penjualan, namun tidak secara signifikan, karena kondisi Starbucks Coffee yang berada di Bandara memiliki kondisi yang berbeda dengan kondisi Starbucks Coffee yang berada di mal, ataupun tempat lainnya. Hal ini disebabkan umumnya pelanggan Starbucks Coffee yang berada di Bandara adalah pelanggan yang pertama kali mencoba Starbucks Coffee sehingga jarang yang menggunakan promo untuk pembelian setiap produknya. Selain itu kondisi penerbangan mampu mempengaruhi tingkat penjualan toko, dimana saat kondisi penerbangan terjadi *delay* maka mampu menambah jumlah pelanggan yang datang ke Starbucks Coffee PPAU. Kondisi *delay* tersebut hampir terjadi setiap hari, namun tidak dapat diprediksi jadwalnya, hal ini jelas berpengaruh terhadap kondisi keramaian toko saat pagi, siang, atau malam hari. Dalam segi penjualan Starbucks Coffee sendiri memiliki perbedaan jumlah penjualan yang signifikan antara sebelum dan sesudah terdapat *Upnormal Coffee Roaster*. Berikut data penjualan dari September 2016 hingga Desember 2018.

Tabel I.1. Total Penjualan per Bulan Starbucks Coffee PPAU Bulan September 2016 hingga Desember 2018

Bulan	Total Penjualan
September-16	IDR 371.902.215,00
Oktober-16	IDR 377.578.346,00
November-16	IDR 410.922.849,00

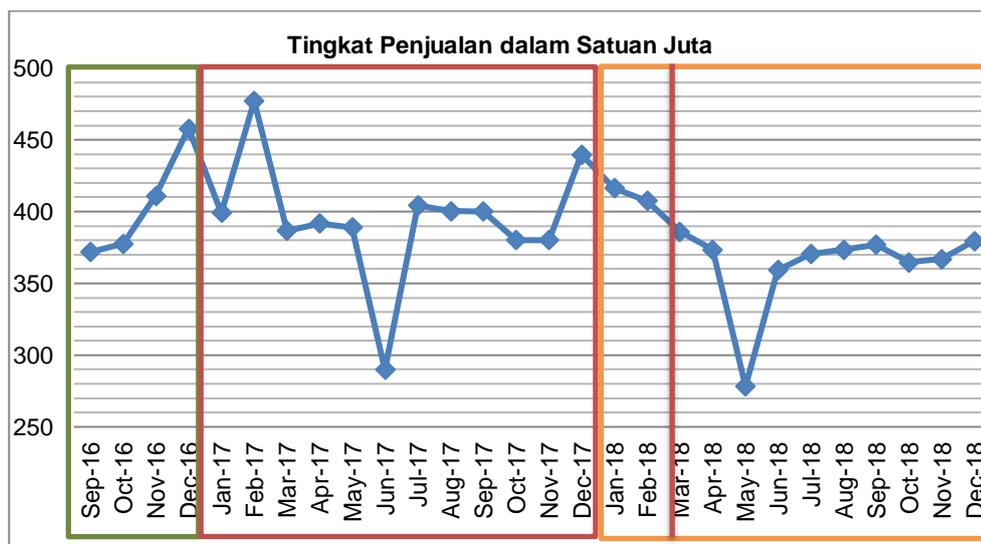
(lanjut)

Tabel I.1. Total Penjualan per Bulan Starbucks Coffee PPAU Bulan September 2016 hingga Desember 2018 (lanjutan)

Bulan	Total Penjualan
Desember-16	IDR 457.928.618,00
Januari-17	IDR 399.121.218,00
Februari-17	IDR 477.008.874,00
Maret-17	IDR 386.785.791,00
April-17	IDR 391,794,866.00
Mei-17	IDR 389,092,993.00
Juni-17	IDR 289,772,860.00
Juli-17	IDR 404,296,134.00
Agustus-17	IDR 400,421,376.00
September-17	IDR 400,024,676.00
Oktober-17	IDR 380,161,991.00
November-17	IDR 380,289,672.00
Desember-17	IDR 439,723,677.00
Januari-18	IDR 416,384,720.00
Februari-18	IDR 407,463,740.00
Maret-18	IDR 386,041,179.00
April-18	IDR 373,566,072.00
Mei-18	IDR 278,221,437.00
Juni-18	IDR 359,364,077.00
Juli-18	IDR 370,442,122.00
Agustus-18	IDR 373,529,617.00
September-18	IDR 376,967,911.00
Oktober-18	IDR 364,691,616.00
November-18	IDR 366,917,016.00
Desember-18	IDR 399,611,339.00

Dari Tabel I.1 dapat diketahui bahwa Starbucks Coffee PPAU Bandung memiliki total penjualan tertinggi pada bulan Desember 2016 dan terendah pada bulan Mei 2018. Starbucks Coffee PPAU Bandung mulai beroperasi pada bulan September 2016, terdapat beberapa faktor dugaan yang membuat bulan Desember 2016 menjadi bulan dengan tingkat penjualan terbesar diantaranya adalah Desember merupakan musim liburan sehingga membuat penerbangan menjadi lebih padat pada bulan tersebut. Disamping itu pada Bulan

Desember 2016 belum terdapat banyak kompetitor di sekitar Starbucks Coffee PPAU, bahkan *Upnormal Coffee Roaster* juga belum didirikan, seperti yang diketahui *Upnormal Coffee Roaster* baru mulai beroperasi pada bulan Maret 2018. Hal tersebut yang membuat bulan Desember 2018 menjadi bulan dengan tingkat penjualan tertinggi. Selain itu diketahui juga bahwa Starbucks Coffee PPAU mengalami tingkat penjualan terendah pada bulan Mei 2018. Faktor – faktor dugaan yang menyebabkan bulan Mei 2018 menjadi bulan dengan tingkat penjualan terendah diantaranya adalah pada bulan tersebut merupakan Bulan Ibadah Puasa bagi umat Muslim, sehingga menyebabkan penurunan orang yang ingin sekadar membeli kopi atau bahkan berpergian menggunakan pesawat pada bulan tersebut. Demi mempermudah dalam melihat fluktuasi tingkat penjualan, hal tersebut dapat dilihat pada grafik yang disajikan pada Gambar I.2 dibawah ini.



Gambar I.2. Grafik Tingkat Penjualan Starbucks Coffee PPAU Bandung September 2016 hingga Desember 2018

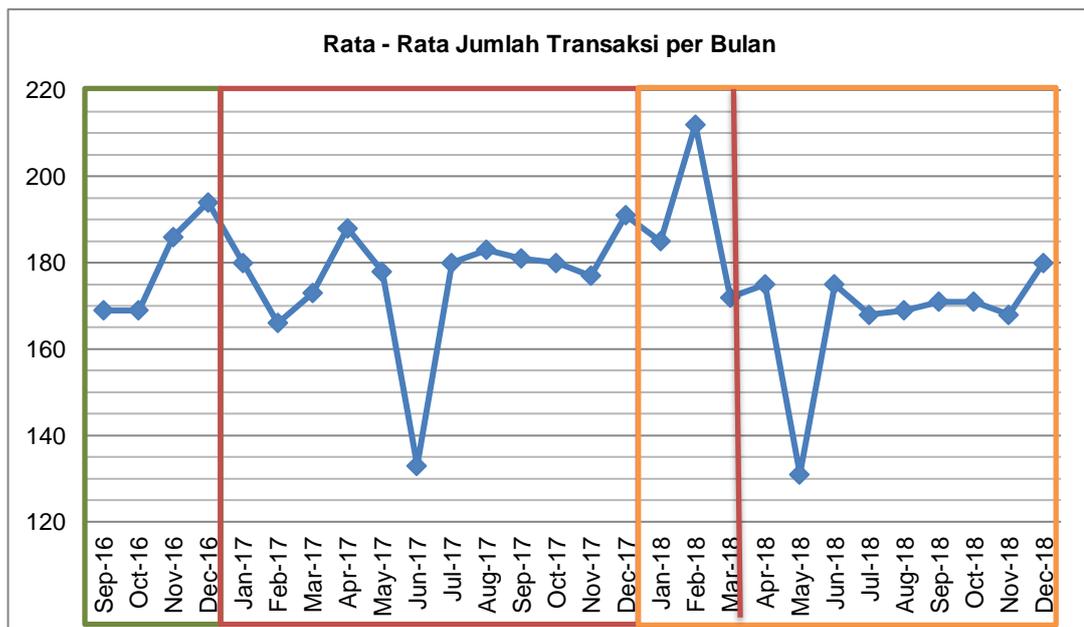
Berdasarkan gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa tingkat penjualan pada Starbucks Coffee PPAU Bandung mengalami penurunan setelah *Upnormal Coffee Roaster* berdiri pada bulan Maret 2018. Beroperasinya *Upnormal Coffee Roaster* menjadi salah satu penyebab berkurangnya jumlah pelanggan yang datang pada Starbucks Coffee PPAU. Penurunan jumlah pelanggan yang datang pada Starbucks Coffee PPAU dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2. Rata – Rata Total Transaksi per Bulan Starbucks Coffee PPAU Bulan September 2016 hingga Desember 2018

Bulan	Rata – rata Total Transaksi
September-16	169
Oktober-16	169
November-16	186
Desember-16	194
Januari-17	180
Februari-17	166
Maret-17	173
April-17	188
Mei-17	178
Juni-17	133
Juli-17	180
Agustus-17	183
September-17	181
Oktober-17	180
November-17	177
Desember-17	191
Januari-18	185
Februari-18	212
Maret-18	172
April-18	175
Mei-18	131
Juni-18	170
Juli-18	170
Agustus-18	167
September-18	175
Oktober-18	171
November-18	171

Dari Tabel I.2 dapat diketahui bahwa Starbucks Coffee PPAU Bandung memiliki rata – rata total transaksi tertinggi pada bulan Februari 2016 dan terendah pada bulan Mei 2018. Terdapat beberapa faktor dugaan yang membuat bulan Februari 2018 menjadi bulan dengan tingkat penjualan terbesar diantaranya

adalah Februari memiliki tanggal merah pada 16 Februari 2018 yaitu Hari Raya Waisak yang jatuh pada hari Jumat, sehingga menyebabkan libur panjang dari hari Jumat hingga hari Minggu yang menyebabkan penerbangan menjadi lebih padat. Padatnya penerbangan pada Bulan Februari yang menjadi dugaan faktor umum tingginya rata – rata jumlah transaksi pada bulan ini. Selain itu diketahui juga bahwa Starbucks Coffee PPAU mengalami tingkat rata – rata transaksi terendah pada bulan Mei 2018. Faktor – faktor dugaan yang menyebabkan bulan Mei 2018 menjadi bulan dengan tingkat rata – rata pelanggan terendah diantaranya adalah pada bulan tersebut merupakan Bulan Ibadah Puasa bagi umat Muslim, sehingga menyebabkan penurunan orang yang ingin sekadar membeli kopi atau bahkan berpergian menggunakan pesawat pada bulan tersebut. Demi mempermudah dalam melihat fluktuasi tingkat rata – rata pelanggan, hal tersebut dapat dilihat pada grafik yang disajikan pada Gambar I.3 dibawah ini.



Gambar I.3. Grafik Tingkat Rata – Rata Transaksi Starbucks Coffee PPAU Bandung bulan September 2016 hingga Desember 2018

Dari data sebelumnya dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat penjualan per bulannya sebelum berdirinya Upnormal Coffee Roaster adalah Rp. 398.248.200,- sedangkan setelah berdirinya Upnormal Coffee Roaster adalah Rp. 360.367.911,-. Oleh sebab itu dengan berdirinya Upnormal Coffee Roaster tepat

disamping Starbucks Coffee PPAU Bandung menjadi salah satu *threat* terhadap tingkat penjualan setiap bulannya.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Di Starbucks Coffee PPAU terdapat dua area yang dapat digunakan yaitu *indoor* dan *outdoor*, dimana pada area *indoor* terdapat meja utama, dan beberapa meja kecil lainnya, selain itu terdapat fasilitas AC, *free – wifi* dan *power supply* untuk melakukan pengisian baterai *handphone*, laptop, dan sebagainya. Sedangkan pada area *outdoor* terdapat tempat meja utama, dan beberapa meja kecil lainnya. Pada area *outdoor* ini pelanggan dapat merokok dan dapat mendengar informasi keberangkatan dari bandara dengan lebih jelas, namun tidak terdapat *power supply*.



Gambar 1.4. Ruang *Indoor* Starbucks Coffee PPAU Bandung



Gambar 1.5. Ruang *Outdoor* Starbucks Coffee PPAU Bandung

Sejauh ini Strategi yang dilakukan Starbucks Coffee PPAU Bandung dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang datang adalah dengan menawarkan promo – promo terhadap para calon pelanggannya, serta melakukan *beverage sampling* yang ditawarkan kepada calon pelanggannya yang berada di sekitar Bandara Husein Sastranegara. Namun hal tersebut dirasa kurang efektif, karena hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya kompetitor yang berada di area Bandara yang mempengaruhi preferensi calon pelanggan untuk memilih Starbucks Coffee PPAU Bandung atau tidak dalam menghabiskan waktunya baik untuk menunggu jadwal penerbangan, menjemput kerabat, atau hanya sekedar bersantai. Dalam mengetahui preferensi pelanggan dalam memilih Starbucks atau tidak untuk menghabiskan waktunya di Bandara, dilakukan adanya penelitian lebih lanjut dengan melakukan wawancara. Sistem wawancara dilakukan dengan pengambilan sampel secara acak pada pelanggan Starbucks Coffee PPAU, pelanggan Upnormal Coffee Roaster, serta non-pelanggan kedua tempat. Responden diminta untuk memberikan kesan pertama terhadap kedua tempat tersebut sehingga dapat diketahui *brand image* kedua perusahaan di area Bandara Husein Sastranegara Bandung.

Sebelum dilakukannya penelitian lebih lanjut telah dilakukan wawancara terlebih dahulu kepada Bapak Wildan Rakhman selaku *Store Manager* Starbucks Coffee PPAU Bandung. Beliau mengatakan semenjak adanya Upnormal Coffee Roaster yang tepat berada disamping Starbucks menyebabkan pengurangan terhadap *sales* atau pendapatan yang diakibatkan beberapa calon pelanggan lebih memilih Upnormal Coffee Roaster bila dibanding Starbucks. Beliau berpendapat bahwa pilihan minuman yang berbeda, serta fasilitas dan pelayanan yang berbeda menjadi faktor utama mayoritas orang lebih memilih Upnormal Coffee Roaster. Ditambah dengan adanya beberapa *customer's feedbacks* yang terjadi dalam beberapa bulan terakhir beliau berpendapat bahwa perlu adanya peningkatan pelayanan ataupun fasilitas yang sesuai untuk dapat menyaingi kompetitor utama yaitu Upnormal Coffee Roaster.

Bapak Wildan Rakhman berpendapat bahwa perbedaan harga yang signifikan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya jenis bahan baku yang digunakan, mesin atau peralatan yang digunakan, serta sumber daya manusia atau Barista itu sendiri yang menghasilkan kualitas produk dan pelayanan

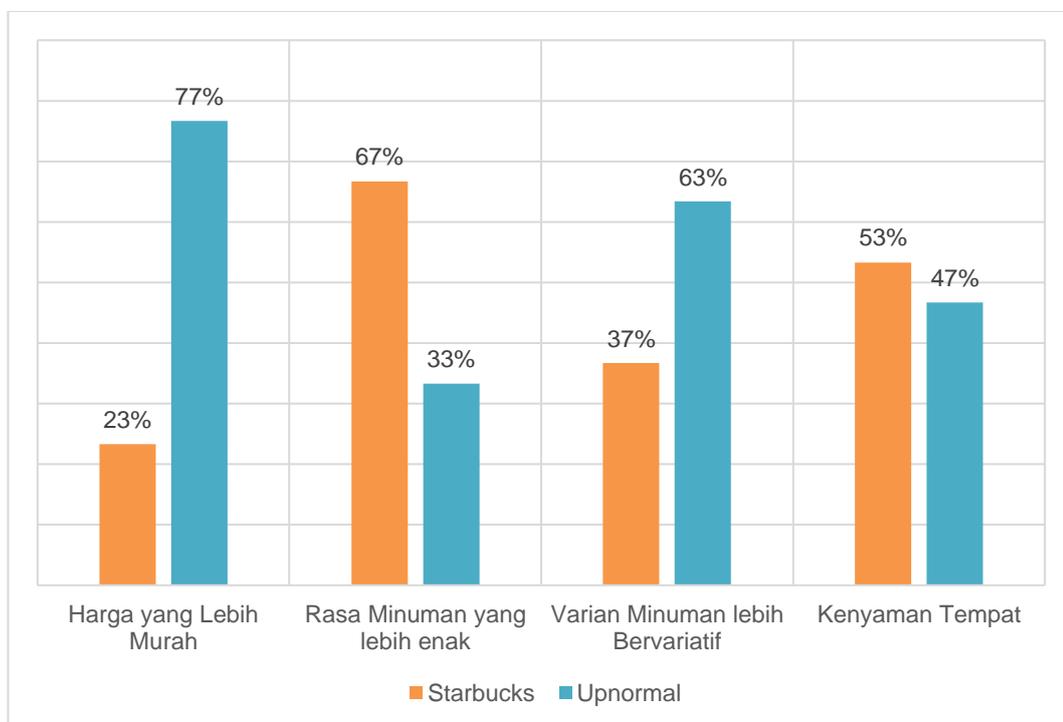
yang berbeda yang dapat menyebabkan perbedaan harga produk yang ditawarkan oleh masing – masing perusahaan. Beliau membenarkan bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Starbucks Coffee cenderung lebih mahal dibanding Upnormal Coffee Roaster.

Setelah dilakukannya wawancara dengan *Store Manager* Starbucks Coffee PPAU Bandung, dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan. Secara garis besar telah dilakukan wawancara kepada 30 responden. Wawancara telah dilakukan kepada pelanggan Starbucks Coffee PPAU Bandung, pelanggan Upnormal Coffee Roaster, serta non-pelanggan dari kedua perusahaan. Masing - masing tipe wawancara dilakukan dengan jumlah 10 responden sehingga menghasilkan total wawancara sebanyak 30 responden. Sistem wawancara dilakukan pertanyaan mengenai kesan para responden kepada kedua tempat. Dari wawancara tersebut dihasilkan beberapa kesan yang berbeda – beda, namun terdapat beberapa kesan yang serupa dari beberapa responden. Kesan yang serupa tersebut dijadikan sebagai atribut utama. Atribut utama tersebut diantaranya adalah harga, kualitas rasa minuman, variasi menu, serta kenyamanan tempat.

Dari 30 responden tersebut dapat diketahui bahwa 23 orang atau 77% dari total responden mengatakan Upnormal Coffee Roaster memiliki harga yang lebih murah dibanding Starbucks Coffee. Disamping itu juga dapat diketahui minuman dari Starbucks Coffee lebih enak dibanding dengan Upnormal Coffee Roaster. Hal ini dibuktikan dengan adanya 20 orang atau 67% dari total responden mengatakan hal tersebut. Kualitas rasa minuman juga bergantung dari beberapa faktor seperti jenis bahan baku yang digunakan, mesin atau peralatan, serta sumber daya manusia atau Barista itu sendiri yang menghasilkan kualitas produk sedemikian rupa.

Selain itu hasil dari wawancara menjelaskan bahwa Upnormal Coffee Roaster memiliki pilihan minuman yang lebih bervariasi dengan adanya 19 orang atau 63% dari total responden mengatakan hal tersebut. Hasil pernyataan tersebut dilakukan tanpa adanya tekanan ataupun pemberian argumen kepada setiap responden. Sistem wawancara dilakukan dengan menanyakan kesan pertama pelanggan maupun non-pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun fasilitas yang ditawarkan oleh Starbucks Coffee PPAU Bandung, dan Upnormal Coffee Roaster yang berada di area Bandara Husein Sastranegara.

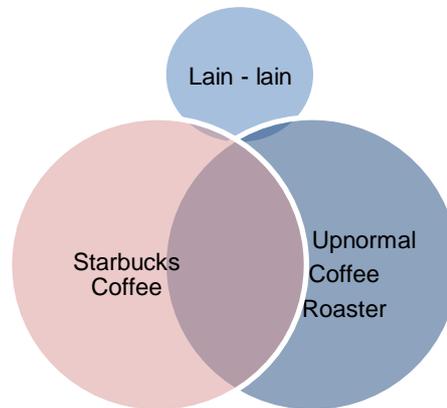
Terkait dengan fenomena varian pilihan minuman Bapak Wildan Rakhman juga berpendapat bahwa adanya perbedaan jumlah varian pilihan minuman disebabkan karena perbedaan konsep yang ditawarkan kedua perusahaan, salah satunya pada konsep minuman yang ditawarkan yaitu Upnormal Coffee Roaster memiliki varian pilihan *local beans* dan *manual brew coffee*. Hal tersebut yang menyebabkan Upnormal Coffee Roaster lebih banyak memiliki varian minuman. Hasil wawancara pada semua responden dapat dilihat lebih jelas pada Gambar I.6.



Gambar I.6. Kesan Responden Terhadap Kedua Perusahaan

Dilakukan juga mengenai analisa preferensi responden terhadap kedua perusahaan. Sistem analisa dilakukan dengan menanyakan pilihan kedai kopi yang akan dikunjungi responden saat di Bandara. Dari 30 total responden diketahui juga bahwa 19 orang atau 63% memilih Upnormal dan Starbucks sebagai tempat pilihannya saat di Bandara, hal ini mengindikasikan adanya kesamaan pasar atau pelanggan pada Starbucks Coffee dan Upnormal Coffee Roaster. Dengan adanya indikasi kesamaan pasar pada kedua perusahaan, hal tersebut menjadi salah satu penyebab penurunan pelanggan pada Starbucks

Coffee setelah Upnormal Coffee Roaster mulai beroperasi. Adanya pada kedua perusahaan tersebut dapat dilihat pada diagram venn pada Gambar 1.7.



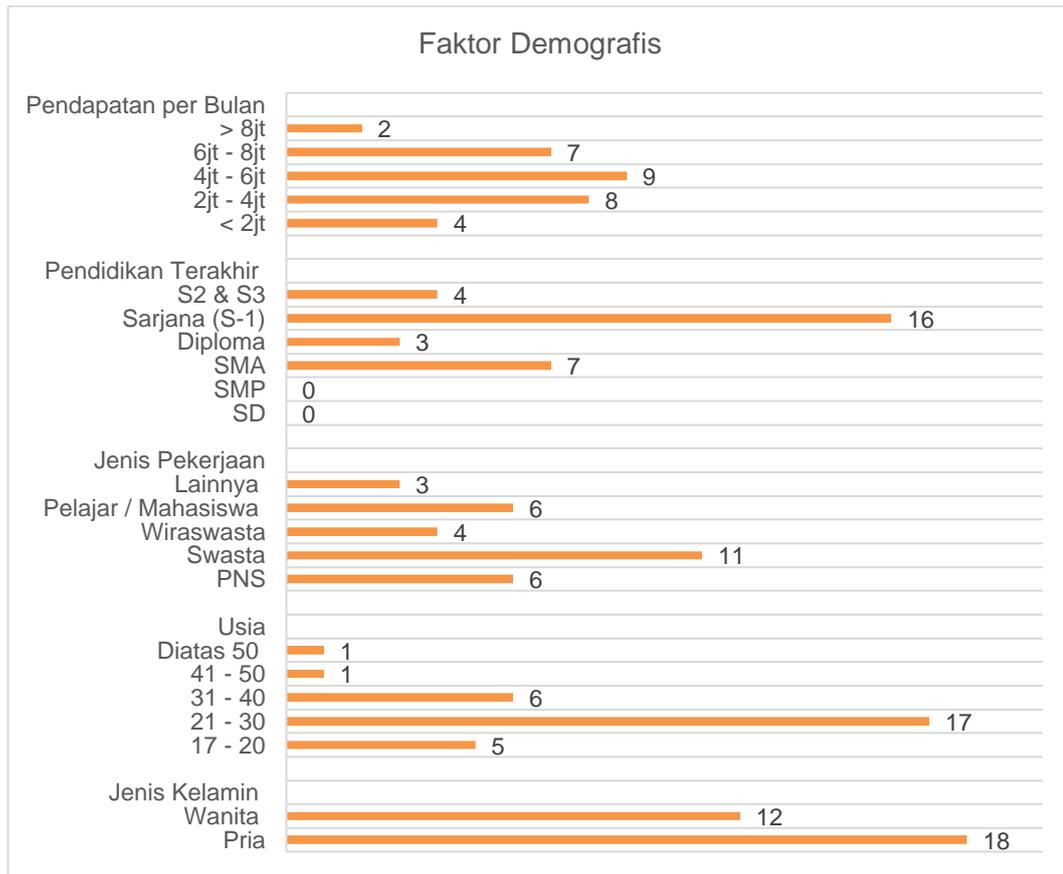
Gambar 1.7. Preferensi Responden terhadap Kedai Kopi di Area Husein Sastranegara

Berdasarkan hasil dari identifikasi dan wawancara kepada para pelanggan, non-pelanggan, serta dengan *Store Manager* Starbucks Coffee PPAU Bandung ternyata menghasilkan dugaan yang sama yaitu kecenderungan orang memilih Upnormal Coffee Roaster adalah karena harga yang lebih murah serta pilihan yang lebih bervariasi. Hasil wawancara juga menunjukkan Upnormal Coffee Roaster dan Starbucks Coffee memiliki sebagian pasar yang sama.

Setelah diketahui kondisi pasar di area bandara Husein Sastranegara perlu diketahui karakteristik pasar di area tersebut. Penelitian terhadap karakteristik pasar bertujuan untuk mengetahui penyesuaian atau perbaikan yang tepat terhadap pasar yang ada terkait kualitas pelayanan. Karakteristik yang dimaksudnya adalah faktor demografis dan psikografis. Faktor demografis merupakan pengelompokan segmen pasar yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan tingkat pendidikan. Sedangkan faktor psikografis merupakan pengelompokan segmen pasar yang meliputi kelas sosial, personalitas, dan gaya hidup.

Penelitian karakteristik pasar ini dilakukan dengan wawancara terhadap 30 orang pengguna moda transportasi pesawat yang sedang menetap di Upnormal Coffee Roaster. Pemilihan responden yang sedang menetap di Upnormal Coffee Roaster bertujuan untuk mengetahui alasan lebih lanjut dari

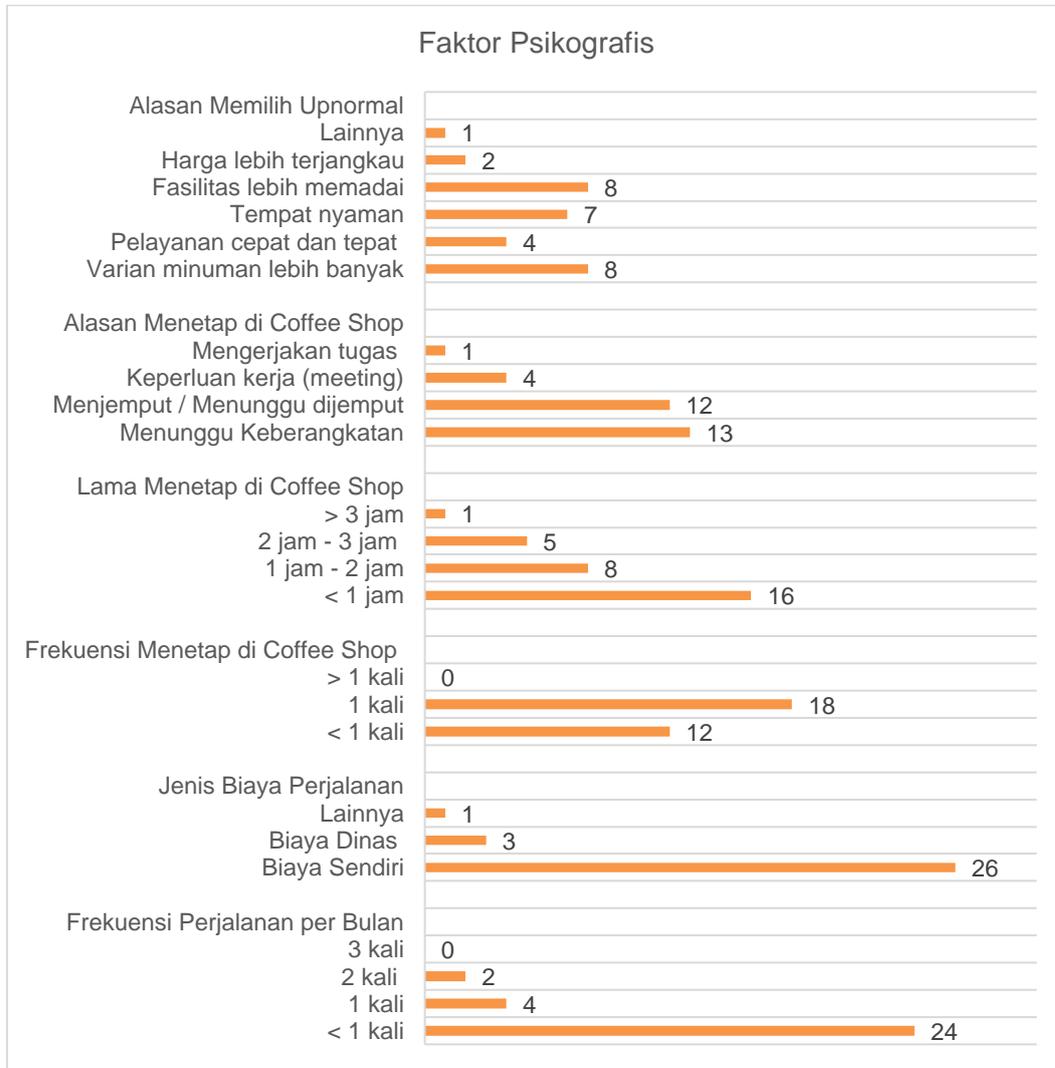
terpilihnya Upnormal Coffee Roaster sebagai tempat menghabiskan waktu selama di Bandara Husein Sastranegara. Dengan demikian dapat membantu dalam mengetahui perbaikan ataupun penyesuaian kualitas pelayanan yang dapat dilakukan pada Starbucks Coffee PPAU. Hasil penelitian karakteristik pasar dapat dilihat pada Gambar 1.8 dan Gambar 1.9.



Gambar I.8. Faktor Demografis Karakteristik Responden

Dari Gambar I.8 dapat diketahui karakteristik mayoritas orang yang berpergian menggunakan moda transportasi pesawat terbang serta memilih coffee shop sebagai tempat untuk menghabiskan waktunya untuk berbagai alasan tertentu berdasarkan faktor demografisnya. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas orang yang menggunakan transportasi pesawat merupakan orang dengan *spending money power* yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan mayoritas pendapatan per Bulan berkisar 4 juta sampai 6 juta, dengan karakter pendukung yaitu *background* pendidikan terakhir adalah sarjana dengan jenis pekerjaan karyawan swasta berusia 21 tahun sampai 30 tahun. Serta dengan dukungan

mayoritas orang yang menghabiskan waktunya di *coffee shop* adalah pria. Selanjutnya dapat diketahui karakteristik pasar berdasarkan faktor psikografis pada Gambar I.9.



Gambar I.9. Faktor Psikografis Karakteristik Responden

Dari Gambar I.9 dapat diketahui karakteristik mayoritas pengguna moda transportasi pesawat terbang sekaligus penikmat *coffee shop* memiliki kecenderungan tertentu yaitu frekuensi perjalanan per bulan kurang dari 1 kali, hal ini menandakan mayoritas orang belum tentu berpergian menggunakan pesawat terbang setiap bulannya. Mayoritas orang menggunakan biaya sendiri dan biasanya mereka cenderung singgah di suatu *coffee shop* dengan lama menetap

kurang dari satu jam karena menunggu jadwal keberangkatan pesawat yang hendak mereka gunakan.

Adapun penelitian lebih lanjut mengenai alasan dipilihnya Upnormal Coffee Roaster dibanding Starbucks Coffee PPAU adalah varian minuman yang lebih banyak, fasilitas yang lebih memadai, serta tempat yang nyaman. Varian minuman yang dimaksud terkait adanya *local beans* serta *manual brew coffee*. Sedangkan fasilitas yang lebih memadai terkait pada tersedianya fasilitas pendukung seperti *power supply* untuk *charging* ponsel genggam, *laptop*, dan sebagainya pada *indoor area* maupun *smoking area*, lalu terdapat adanya *baby chair* untuk kebutuhan orang tua yang membawa bayi di area Bandara, disamping itu terdapat permainan kecil seperti *board games*, *card games*, dan sebagainya untuk menghilangkan kebosanan saat menunggu keberangkatan, menunggu dijemput, ataupun alasan lainnya.

Kelebihan Upnormal Coffee Roaster dari segi harga tidak selalu menjadi alasan utama sebagai preferensi bagi pengguna moda transportasi pesawat terbang, karena kecenderungan karakteristik pengguna pesawat terbang yang memiliki kapabilitas tinggi dalam membeli produk tanpa mempermasalahkan harga dengan adanya dukungan data rata – rata penghasilan per bulan berkisar 4 juta sampai 6 juta berdasarkan profil responden hasil wawancara yang data dilihat pada Gambar I.8.

Seperti yang telah disinggung sebelumnya oleh Bapak Wildan Rakhman, Starbucks Coffee PPAU sendiri menerima beberapa *customer's feedback* pada beberapa bulan terakhir. Terjadinya *customer's feedback* merupakan indikasi adanya keluhan terhadap penurunan atau kurangnya kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung. Keterangan mengenai *customer's feedback* dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3. Keluhan Pelanggan Starbucks Coffee PPAU Bandung

No.	Customer's feedback
1	Tidak tersedianya stop kontak di <i>smoking area</i>
2	Tidak terdapat <i>manual brew coffee</i>
3	Suara Informasi penerbangan tidak terdengar ke dalam Starbucks
4	<i>Smoking area</i> kurang bersih
5	Kursi <i>dine – in</i> area tidak nyaman karena tidak ada sandaran

(lanjut)

Tabel I.3. Keluhan Pelanggan Starbucks Coffee PPAU Bandung (lanjutan)

No.	<i>Customer's feedback</i>
6	Tidak tersedia fasilitas toilet
7	Suasana kurang hangat
8	Karyawan kurang akrab
9	Ketidaksiapan bahan baku sehingga terdapat menu yang habis
10	Sistem <i>Starbucks Card Member</i> sering mengalami gangguan
11	Sistem <i>registrasi Starbucks Card</i> kurang praktis
12	Barista kurang fasih dalam berbahasa Inggris

Dari Tabel I.3 dapat diketahui beberapa keluhan yang terjadi pada Starbucks Coffee PPAU Bandung. Dengan adanya keluhan tersebut dapat membantu Starbucks Coffee PPAU Bandung dalam menentukan atribut apa yang perlu ditambahkan atau diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk menanggapi permasalahan yang terjadi pada Starbucks Coffee PPAU Bandung berdasarkan hasil wawancara dengan para responden dan *Store Manager* Starbucks Coffee, serta mengacu pada adanya *customer's feedback* dan karakteristik pasar yang ada maka perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan ataupun fasilitas agar calon pelanggan lebih tertarik pada Starbucks Coffee PPAU Bandung. Demi mendapatkan peningkatan kualitas pelayanan yang terbaik pada Starbucks Coffee PPAU Bandung maka dapat digunakan *Modified Importance - Performance Analysis* (MIPA). Dengan menggunakan metode tersebut dapat membantu menentukan elemen atau atribut apa yang sebaiknya lebih diprioritaskan untuk diperbaiki kualitas pelayannya jika dibanding dengan kompetitor utamanya yaitu Upnormal Coffee Roaster, sehingga Starbucks Coffee PPAU Bandung dapat meningkatkan jumlah pelanggannya terlebih meningkatkan pendapatan setiap harinya.

Dalam menyesuaikan atribut pada kondisi Starbucks Coffee di Indonesia maka perlu ada pandangan dari ahli serta praktisi bisnis *coffee shop* di Indonesia. Selain itu, dengan tambahan penggunaan *modified importance - performance analysis* (MIPA) diharapkan dapat membantu Starbucks Coffee PPAU Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayannya sehingga dapat menyaingi kompetitor utamanya yaitu Upnormal Coffee Roaster demi meningkatkan tingkat penjualan

setiap harinya. Disamping itu penelitian yang akan dilakukan mengacu pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut apa yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung ?
2. Usulan perbaikan apa yang diperlukan demi meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung ?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Terdapat pembatasan masalah dan asumsi-asumsi penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Batasan masalah dilakukan agar penelitian tetap fokus pada masalah utama, sehingga penelitian tidak menghasilkan dugaan yang salah pada masalah yang terjadi pada objek penelitian. Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian hanya dilakukan di area Bandara Husein Sastranegara Bandung.
2. Penelitian ini dilakukan sampai pada tahap usulan.

Asumsi digunakan untuk mempermudah dalam menghasilkan solusi terhadap permasalahan yang terjadi pada objek penelitian. Sedangkan asumsi-asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Starbucks Coffee PPAU Bandung tidak melakukan perubahan harga terhadap produknya.
2. Starbucks Coffee PPAU Bandung tidak melakukan perubahan yang signifikan terhadap kualitas produknya.
3. Starbucks Coffee PPAU Bandung tidak melakukan perubahan biaya, misalnya perubahan gaji karyawan.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai identifikasi masalah dan perumusan masalah terkait dengan Starbucks Coffee PPAU Bandung, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Mengetahui variabel apa yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung.
2. Mengetahui usulan perbaikan apa yang diperlukan demi meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat, baik bagi perusahaan, peneliti, dan bagi pembaca. Berikut adalah manfaat penelitian secara keseluruhan.

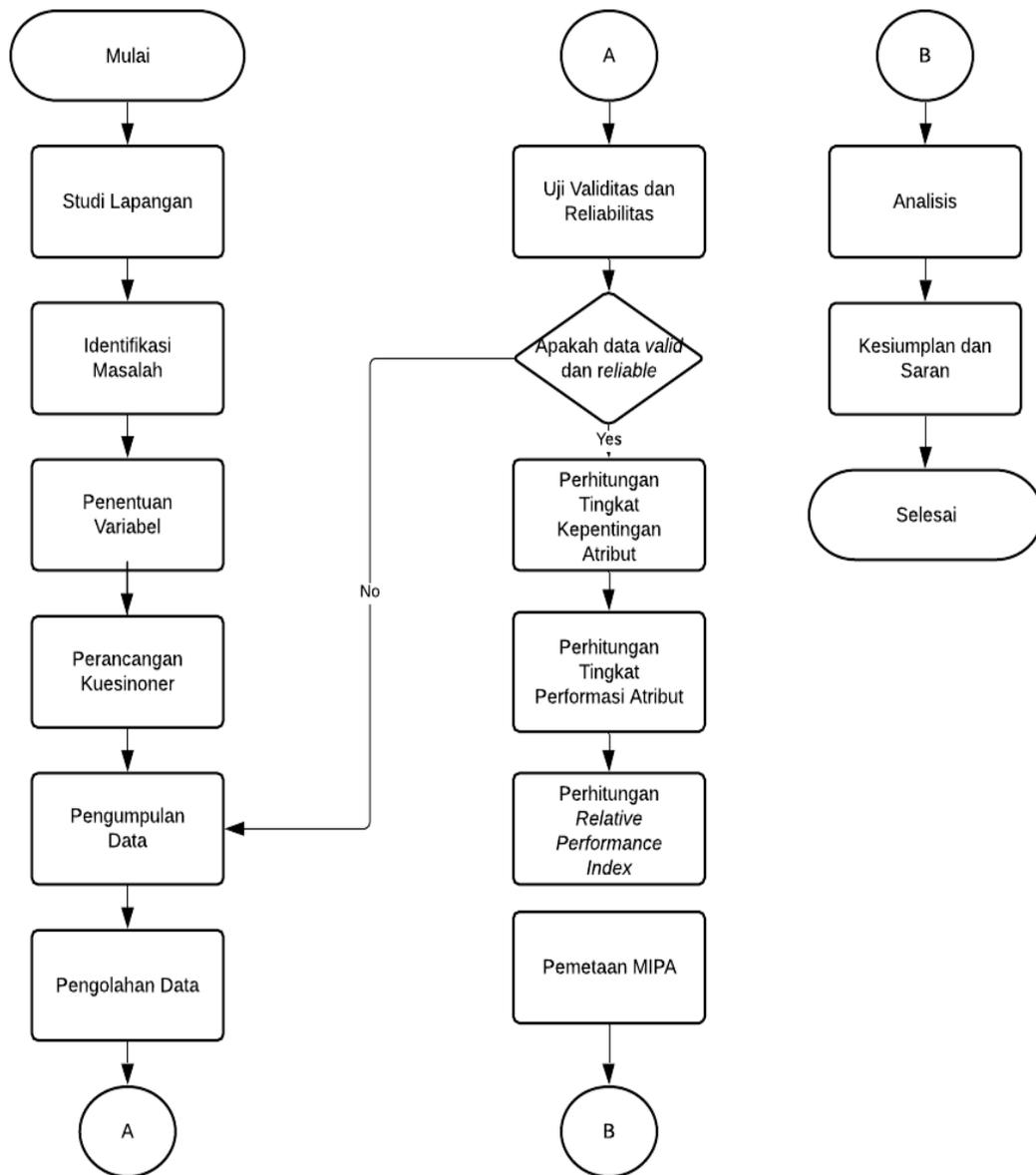
1. Bagi perusahaan
 - a. Perusahaan dapat mengetahui cara peningkatan kualitas pelayanan yang tepat secara berkelanjutan untuk meningkatkan penjualannya.
 - b. Menjadi pedoman untuk mencapai target penjualan kedepannya.
2. Bagi peneliti
 - a. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang didapat di bangku kuliah terkait manajemen pemasaran berdasarkan pengaruh perilaku pembelian konsumen.
3. Bagi pembaca
 - a. Dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi.
 - b. Dapat memperluas pengetahuan dengan membaca hasil penelitian ini.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan salah satu langkah penting yang dibuat untuk menghasilkan suatu solusi terhadap masalah yang terdapat pada penelitian. Metodologi penelitian yang dilakukan adalah metodologi penelitian kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif merupakan metodologi penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Kriyantono menyatakan bahwa riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya. Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin dalam dan detil data yang didapatkan, maka semakin baik kualitas dari penelitian kualitatif ini.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah dari penelitian yang dilakukan pada Starbucks Coffee PPAU Bandung. Langkah-langkah yang digunakan selama penelitian mencakup berbagai hal seperti studi lapangan, identifikasi masalah, perancangan kuesioner, penyebaran data, pengolahan data, lalu dilakukan uji statistik seperti validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan rekapitulasi pengolahan data untuk pemetaan kualitas

layanan berdasarkan MIPA. Lalu dilanjutkan analisis pada hasil pemetaan yang selanjutnya akan diberikan perancangan usulan untuk memperbaiki atribut yang masih perlu diperbaiki. Secara garis besar metodologi penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar I.10 sebagai berikut.



Gambar I.10 Metode Penelitian

1. Studi Lapangan

Tahap awal penelitian, melakukan pengamatan lingkungan, cara kerja atau pelayanan Barista, serta tendensi pelanggan dalam membeli produk yang

disediakan perusahaan. Disamping itu juga dilakukan pengambilan data lapangan terhadap *manager*, dan pelanggan untuk mengetahui masalah dalam meningkatkan performansi perusahaan kedepannya.

2. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, peneliti mulai mencari akar masalah dan mengidentifikasi masalah tersebut, dengan adanya hal tersebut maka mempermudah untuk mendapat rumusan masalah serta batasan masalah yang diperlukan, sehingga penelitian menjadi terfokus terhadap akar masalah. Identifikasi masalah dilakukan dengan adanya aktivitas wawancara terhadap beberapa tipe responden baik bagi Starbucks Coffee PPAU Bandung, maupun *Upnormal Coffee Roaster* yang berada di area bandara Husein Sastranegara.

3. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan referensi yang berkaitan terhadap penelitian sehingga dapat digunakan sebagai pedoman bagi penelitian dan pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Pada tahap ini juga ditentukannya metode yang disarankan untuk digunakan pada permasalahan yaitu *modified importance – performance analysis*.

4. Penentuan Variabel

Peneliti melakukan identifikasi terhadap kondisi lingkungan perusahaan demi mendapatkan variabel yang terkait dalam fokus utama permasalahan perusahaan. Variabel yang dipilih dalam peningkatan kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan studi literatur dan hasil penelitian dari ahli yang telah ada. Hal ini bertujuan untuk memperkuat bahwa solusi yang diberikan kepada perusahaan berdasarkan teori dan penelitian ahli yang sudah teruji, sehingga solusi dapat diterapkan dengan baik.

5. Perancangan Kuesioner

Pada tahap ini dilakukan perancangan kuesioner berdasarkan variabel – variabel yang terkait terhadap fokus utama yang diteliti demi mendukung keberhasilan penelitian. Kuesioner terkait kepada nilai tingkat kepentingan tiap variabel atau atribut, serta nilai tingkat performansi Starbucks Coffee PPAU dan *Upnormal Coffee Roaster* terhadap variabel atau atribut yang telah ditentukan.

6. Pengumpulan Data

Beberapa data dikumpulkan berdasarkan sesuai kondisi yang ada serta data yang diperlukan dalam penelitian dan juga deskripsi mengenai Starbucks Coffee PPAU dan Upnormal Coffee Roaster yang diteliti secara keseluruhan.

7. Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dengan pengkategorikan data berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan. Data dikategorikan berdasarkan nilai tingkat kepentingan atribut (Mij), rata – rata tingkat performansi Starbucks Coffee PPAU (Fij), rata – rata tingkat performansi Upnormal Coffee Roaster (Cij), dan *relative performance index* (Iij).

8. Perhitungan Tingkat Kepentingan Atribut (Mij)

Data hasil kuesioner yang telah diolah selanjutnya dihitung untuk mendapatkan nilai rata – rata tingkat kepentingan setiap atribut atau variabel (Mij).

9. Perhitungan Tingkat Performansi Tiap Perusahaan

Data hasil kuesioner yang telah diolah selanjutnya dihitung juga untuk nilai rata – rata tingkat performansi Starbucks Coffee PPAU (Fij), rata – rata tingkat performansi Upnormal Coffee Roaster (Cij).

10. Perhitungan *Relative Performance Index* (Iij)

Data hasil kuesioner yang telah diolah selanjutnya dihitung juga untuk nilai *Relative Performance Index* (Iij). Dengan dilakukan perhitungan ini selanjutnya dapat dilakukan pemetaan *modified importance – performance analysis* dari kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU dan Upnormal Coffee Roaster.

11. Pemetaan *Modified Importance – Performance Analysis*

Dilakukan pemetaan MIPA dimaksudkan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari atribut tiap perusahaan berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan. Sehingga dengan adanya pemetaan ini dapat membantu atribut mana yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kualitas pelayanan Starbucks Coffee PPAU Bandung.

12. Usulan

Setelah dilakukan pemetaan *modified importance – performance analysis* berdasarkan atribut kualitas pelayanan yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya dapat diketahui dilakukan proses penentuan atribut apa yang

sebaiknya diperbaiki berdasarkan *modified importance - performance analysis* sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dari Starbucks Coffee PPAU.

13. Analisis

Melakukan analisis terhadap hasil pengumpulan serta pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu dilakukan juga analisis terhadap usulan yang telah dirancang sebagai solusi terhadap permasalahan perusahaan.

14. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dirancang berupa pernyataan berdasarkan dari rumusan masalah yang ada. Saran yang diberikan ditujukan bagi Starbucks Coffee PPAU, peneliti, dan pembaca untuk jadi lebih baik.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian sistematika penulisan akan dijelaskan mengenai bab apa saja yang akan digunakan dalam menjalani penelitian ini. Keseluruhan rangkaian bab tersebut akan menghasilkan sebuah penelitian yang dapat menjawab solusi dari penelitian ini. Penelitian ini akan terdiri dari 5 bab.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dijelaskan dari latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan berisikan dengan teori-teori dasar maupun jurnal yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Teori-teori yang sudah didapatkan tersebut dikaitkan kembali dengan observasi, pengolahan data, wawancara, dan kuesioner yang akan dilakukan didalam penelitian ini untuk mendapatkan suatu solusi permasalahan.

BAB III PENGUKURAN DAN PEMETAAN KUALITAS LAYANAN

Bagian ini akan berisikan mengenai proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Data-data yang sudah didapatkan tersebut

kemudian akan diolah maupun dicocokkan dengan teori yang sudah ada untuk membantu penelitian ini dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan sebaik mungkin.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bagian ini akan dilakukan pembahasan dan analisis terhadap hasil yang didapatkan dari BAB III dan usulan – usulan yang diajukan kepada perusahaan. Analisis ini akan menentukan kelayakan dan kecocokan dari usulan peningkatan kualitas pelayanan perusahaan terhadap kompetitor pada proyeksi dunia nyata.

BAB V KESIMPULAN

Pada bagian ini akan berisikan dengan kesimpulan dari seluruh proses yang ada didalam penelitian ini. Bagian ini juga akan berisikan hasil akhir dari usulan peningkatan kualitas pelayanan yang sebaiknya diterapkan oleh Starbucks Coffee PPAU Bandung.