

USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI SOE JATINANGOR

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Ignasius Kelvin

NPM : 2017610175



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI SOE JATINANGOR

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Ignasius Kelvin

NPM : 2017610175



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Ignasius Kelvin
NPM : 2017610175
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI SOE
JATINANGOR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2021
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Dosen Pembimbing

(Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ignasius Kelvin

NPM : 2017610175

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI SOE JATINANGOR”

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, 1 Agustus 2021

Ignasius Kelvin
2017610175

ABSTRAK

Kedai kopi Soe Jatinangor merupakan salah satu waralaba kedai kopi Soe yang berada di daerah Jatinangor. Berdasarkan grafik pendapatan selama dua tahun, pendapatan perbulan dari kedai kopi Soe Jatinangor terus mengalami penurunan dan bahkan sudah tidak dapat mencapai target pendapatan setiap bulannya. Hal ini diduga disebabkan karena kualitas jasa pada kedai kopi Soe Jatinangor kurang baik dan menyebabkan kepuasan serta loyalitas pelanggan menurun. Hal ini juga diperkuat dengan adanya keluhan dari pelanggan melalui wawancara yang dilakukan. Oleh karena itu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat mengetahui apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat diberikan usulan perbaikan untuk kedai Kopi Soe Jatinangor agar loyalitas pelanggan dapat meningkat.

Dalam penelitian digunakan model yang menghubungkan ketiga variabel tersebut untuk menggambarkan penelitian, yaitu hubungan keterkaitan antara kepuasan pelanggan, kualitas jasa, dan loyalitas pelanggan. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang disebar secara *online*. Untuk pengolahan data, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan metode DINESERV untuk mengukur kualitas jasa. Aplikasi pendukung yang digunakan adalah R Studio. Pada penelitian, dikumpulkan dan diolah juga dua data pesaing yaitu kedai kopi Janji Jiwa dan Kulo Jatinangor sebagai pembandingan dan pertimbangan dalam pemberian usulan perbaikan.

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa beberapa indikator dihapuskan dari variabel pengukur kualitas jasa karena nilai *loading* nya di bawah kriteria. Hasil dari penelitian juga didapatkan bahwa variabel kualitas jasa khususnya variabel tangibles dan variabel reliability berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan serta variabel responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di kedai kopi Soe Jatinangor. Hasil penelitian juga menunjukkan kedua kedai kopi pesaing memiliki dimensi variabel kualitas jasa yang berbeda-beda yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kedai kopi Soe Jatinangor. Prioritas pertama perbaikan adalah variabel tangibles dan dari hasil penelitian diusulkan beberapa usulan diantaranya mengganti model kursi, menambah pekerja, melakukan pelatihan berkala, dan lainnya. Diharapkan usulan perbaikan tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di kedai kopi Soe Jatinangor.

Kata Kunci : Loyalitas, SEM, DINESERV, Kedai Kopi Soe Jatinangor

ABSTRACT

Soe Jatinangor coffee shop is a Soe coffee shop franchises located in the Jatinangor area. Based on the income graph for two years, the monthly income of Soe Jatinangor coffee shop continues to decrease and even cannot reach the monthly income target. This is thought to be due to the poor quality of service at the Soe Jatinangor coffee shop and causes customer satisfaction and loyalty to decrease. This is presumably because the service quality at the Soe Jatinangor coffee shop is not good, causing customer satisfaction and loyalty to decrease. This is also confirmed by complaints from customers through interviews. Therefore, further research is conducted to determine whether service quality affects customer satisfaction and customer loyalty. Improvements can be made to the Soe Jatinangor Coffee shop so that customer loyalty can increase.

In this research used a model that connects the three variables to describe the research, namely the relationship between customer satisfaction, service quality, and customer loyalty. Data collection was carried out using an online questionnaire. For data processing, this research uses the Structural Equation Modeling (SEM) method and the DINESERV method to measure service quality. The supporting application used is R Studio. In the research, two competitor data were also collected and processed, which is Janji Jiwa coffee shop and Kulo Jatinangor as a comparison and consideration in providing improvement proposals.

From the results of the research, it was found that several indicators were omitted from the service quality measuring variable because the loading value was below the criteria. The results of the research found that service quality variables, especially tangibles and reliability variables, had a positive and significant direct effect on customer satisfaction and indirectly on customer loyalty and the responsiveness variable had a positive and significant effect on customer loyalty at the Soe Jatinangor coffee shop. The results also show that the two competing coffee shops have different dimensions of service quality variables that have a significant effect on customer loyalty with Soe Jatinangor coffee shop. The first priority for improvement is the tangibles variable and from the results of the study several improvenant are proposed including changing the chair model, adding workers, conducting periodic training, and others. It is hoped that these improvements can increase customer loyalty at the Soe Jatinangor coffee shop.

Key Words : Loyalty, SEM, DINESERV, Soe Jatinangor Coffee Shop

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan pada Tuhan Yang Maha ESA karena atas berkat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “USULAN PERBAIKAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI SOE JATINANGOR” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Selama pengerjaan ini saya selalu mendapat dukungan, semangat, bimbingan juga doa dari berbagai pihak. Karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua dan nenek dari penulis yang selalu mendukung, memberi semangat, dan juga selalu medoakan penulis selama masa kuliah dan selama penulisan skripsi ini.
2. Keluarga Peneliti yang selalu memberikan motivasi, mendukung, memberi semangat, dan juga selalu memberikan doa kepada penulis selama masa kuliah dan selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE. Selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan masukan, saran, bimbingan, dan juga motivasi selama saya mengerjakan skripsi ini.
4. Bapak Y.M. Kinley Aritonang, Ph.D. dan Ibu Cynthia Prithadevi Juwono, IR., M.S. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang memberikan masukan dan saran dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Y.M. Kinley Aritonang, Ph.D. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang akhir laporan skripsi yang memberikan masukan dan saran dalam perbaikan laporan skripsi ini.
6. Pemilik kedai kopi Soe Jatinangor yang sudah mau memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi di kedai kopi Soe Jatinangor dan juga selalu dapat meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Seluruh responden yang sudah mau dan bersedia meluangkan waktunya untuk dapat mengisi kuisisioner penelitian.
8. Bonifasius Artyotomo Sigit, Michael Julian, dan Christopher Austin yang membantu penulis dalam memberikan informasi juga menjadi teman setia penulis dalam berdiskusi mengenai skripsi ini.

9. Seluruh dosen Teknik Industri UNPAR yang selama ini telah sabar dalam mengajar peneliti dan selalu memberikan ilmu sewaktu peneliti menempuh kuliah.
10. Seluruh teman-teman Teknik Industri UNPAR angkatan 2017 kelas D yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan dukungan kepada penulis semasa kuliah.
11. Tata usaha dan seluruh staff Teknik Industri maupun staff UNPAR lainnya yang selalu membantu penulis semasa kuliah.
12. Pihak lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung proses pengerjaan skripsi ini.

Banyak sekali pengalaman dan ilmu yang sangat berharga yang saya peroleh selama proses pengerjaan laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini juga dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis sadar bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis menerima seluruh saran dan juga kritik agar penulis dapat lebih baik di masa depan. Akhir kata saya ingin mengucapkan terima kasih.

Bandung, 1 Agustus 2021

Ignasius Kelvin

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-14
I.4 Tujuan Penelitian	I-14
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian	I-15
I.7 Sistematika Penulisan	I-19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Penelitian Diab, Mohammed, Mansour, dan Saad (2016)	II-1
II.2 Penelitian Khan dan Fasih (2014)	II-2
II.3 Penelitian Fida, Ahmed, Balushi, dan Singh (2020)	II-2
II.4 Penelitian Karim (2019)	II-2
II.5 Jasa	II-3
II.6 Kualitas Jasa	II-3
II.7 Kepuasan Pelanggan atau Konsumen	II-3
II.8 Loyalitas Konsumen	II-3
II.9 Kuisisioner	II-4
II.10 Jumlah Sampel	II-4
II.11 Teknik Sampling	II-4
II.12 Skala	II-5
II.13 <i>Critical Incident Approach</i> (CIT)	II-6

II.14 <i>Structural Equation Modeling</i>	II-7
II.15 PLS SEM	II-7
II.16 Metode DINESERV	II-10
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Pembuatan Instrumen	III-1
III.2 Penentuan Hipotesis	III-9
III.3 Penyusunan Kuisisioner Penelitian	III-12
III.4 <i>Pre Test</i> Kuisisioner	III-12
III.5 Penentuan Jumlah Sampel dan Metode <i>Sampling</i>	III-13
III.6 Penyebaran Kuisisioner	III-14
III.7 Pengumpulan Data	III-15
III.8 Profil Responden	III-15
III.9 Pengolahan Data Kopi Soe Jatinangor	III-17
III.9.1 Pengolahan Data Kopi Soe Jatinangor Secara Interval	III-19
III.9.2 Pengolahan Data Kopi Soe Jatinangor Secara Ordinal	III-28
III.9.3 Pemilihan Pengolahan Data Kopi Soe Jatinangor	III-34
III.10 Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor	III-35
III.10.1 Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Interval .	III-36
III.10.2 Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Ordinal .	III-43
III.10.3 Pemilihan Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor	III-49
III.11 Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor	III-50
III.11.1 Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Secara Interval	III-51
III.11.2 Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Secara Ordinal	III-57
III.11.3 Pemilihan Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor	III-63
III.12 Perbandingan Pengolahan Ketiga Kedai Kopi	III-66
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Pembuatan Instrumen	IV-1
IV.2 Analisis Penyusunan Kuisisioner Penelitian	IV-2
IV.3 Analisis Hasil <i>Pre Test</i>	IV-4
IV.4 Analisis Penentuan Sampel dan Metode <i>Sampling</i>	IV-4
IV.5 Analisis Profil Responden	IV-5
IV.6 Analisis Pengolahan Data Kopi Soe Jatinangor	IV-7
IV.7 Analisis Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor	IV-18
IV.8 Analisis Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor	IV-22

IV.9 Analisis Perbandingan Pengolahan Ketiga Kedai Kopi	III-27
IV.10 Penentuan Prioritas Perbaikan	IV-30
IV.11 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA9	IV-32
IV.12 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA11	IV-33
IV.13 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA8	IV-35
IV.14 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA5	IV-36
IV.15 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA10	IV-38
IV.16 Usulan Perbaikan Indikator KJ_TA4	IV-39
IV.17 Usulan Perbaikan Variabel Responsiveness	IV-41
IV.18 Usulan Perbaikan Variabel Reliability	IV-43
BAB V KESIMPULAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil Wawancara Pengunjung Baru Mengenai Loyalitas Pelanggan...	I-5
Tabel I.2 Frekuensi Datang Pelanggan Lama Dari Bulan Oktober 2020 Sampai Bulan Maret 2020.....	I-6
Tabel I.3 Wawancara Mengenai Keluhan Kedai Kopi Soe Jatinangor.....	I-7
Tabel I.4 Rekap Keluhan Pengunjung	I-8
Tabel II.1 Lima Dimensi DINESERV	II-11
Tabel II.2 Atribut DINESERV	II-11
Tabel III.1 Pengalaman Buruk Pelanggan Kopi (CIT).....	III-2
Tabel III.2 Instrumen Penelitian	III-5
Tabel III.3 Hipotesis	III-10
Tabel III.4 Hasil <i>Pre Test</i>	III-13
Tabel III.5 Profil Responden	III-15
Tabel III.6 Iterasi Pertama Pengolahan Data Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Interval	III-20
Tabel III.7 Iterasi Kedua Pengolahan Data Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Interval	III-21
Tabel III.8 Iterasi Terakhir Pengolahan Data Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Interval	III-23
Tabel III.9 Perhitungan <i>Composite Reability</i> Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Interval	III-24
Tabel III.10 Nilai AVE Kopi Soe Jatinangor Interval	III-24
Tabel III.11 Nilai <i>Cross Loading</i> Kopi Soe Jatinangor Interval	III-25
Tabel III.12 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kopi Soe Jatinangor Interval	III-26
Tabel III.13 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Soe Jatinangor Interval	III-27
Tabel III.14 Hasil Perhitungan Efek Kopi Soe Jatinangor Interval	III-27
Tabel III.15 Iterasi Pertama Pengolahan Data Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Ordinal	III-28
Tabel III.16 Iterasi Terakhir Pengolahan Data Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Ordinal	III-29

Tabel III.17 Perhitungan <i>Composite Reability</i> Kedai Kopi Soe Jatinangor Secara Ordinal	III-30
Tabel III.18 Nilai AVE Kopi Soe Jatinangor Ordinal	III-31
Tabel III.19 Nilai <i>Cross Loading</i> Kopi Soe Jatinangor Ordinal	III-31
Tabel III.20 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kopi Soe Jatinangor Ordinal	III-32
Tabel III.21 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Soe Jatinangor Ordinal	III-33
Tabel III.22 Nilai Efek Kopi Soe Jatinangor Ordinal	III-33
Tabel III.23 Iterasi Pertama Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Interval	III-37
Tabel III.24 Iterasi Terakhir Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Interval	III-39
Tabel III.25 Nilai <i>Composite Reability</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Interval	III-39
Tabel III.26 Nilai AVE Kopi Janji Jiwa Jatinangor Interval	III-40
Tabel III.27 Nilai <i>Cross Loading</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Interval	III-40
Tabel III.28 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kedai Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Interval.....	III-42
Tabel III.29 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Interval	III-42
Tabel III.30 Nilai Efek Kopi Janji Jiwa Jatinangor Interval	III-43
Tabel III.31 Iterasi Pertama Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Ordinal	III-43
Tabel III.32 Iterasi Terakhir Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Ordinal	III-45
Tabel III.33 Nilai <i>Composite Reability</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Ordinal	III-46
Tabel III.34 Nilai AVE Kopi Janji Jiwa Jatinangor Ordinal	III-46
Tabel III.35 Nilai <i>Cross Loading</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Ordinal	III-46
Tabel III.36 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kedai Kopi Janji Jiwa Jatinangor Secara Ordinal	III-48
Tabel III.37 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Janji Jiwa Jatinangor Ordinal	III-48
Tabel III.38 Nilai Efek Kopi Janji Jiwa Jatinangor Ordinal	III-49
Tabel III.39 Iterasi Pertama Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-52
Tabel III.40 Iterasi Terakhir Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-53
Tabel III.41 Nilai <i>Composite Reability</i> Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-54
Tabel III.42 Nilai AVE Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-54
Tabel III.43 Hasil <i>Cross Loading</i> Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-54
Tabel III.44 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kopi Kulo Jatinangor Interval.....	III-55
Tabel III.45 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-56
Tabel III.46 Nilai Efek Kopi Kulo Jatinangor Interval	III-56
Tabel III.47 Iterasi Pertama Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-57

Tabel III.48 Iterasi Terakhir Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor Ordinal .	III-58
Tabel III.49 Hasil <i>Composite Reability</i> Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-59
Tabel III.50 Nilai AVE Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-60
Tabel III.51 Nilai <i>Cross Loading</i> Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-60
Tabel III.52 Nilai R^2 dan <i>Redudancy Index</i> Kopi Kulo Jatinangor Ordinal.....	III-61
Tabel III.53 Nilai <i>Bootstrapping</i> Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-62
Tabel III.54 Nilai Efek Kopi Kulo Jatinangor Ordinal	III-62
Tabel III.55 Rekap Perbandingan Hasil Pengolahan Ketiga Kedai Kopi	III-64
Tabel IV.1 Rekap Perbandingan Hasil Pengolahan Ketiga Kedai Kopi Dengan Rata-Rata Skor Responden	IV-27
Tabel IV.2 Rekap Rata-Rata Nilai Tangibles Kopi Soe Jatinangor	IV-31
Tabel IV.3 Rekap Rata-Rata Nilai Responsiveness Kopi Soe Jatinangor	IV-31
Tabel IV.4 Rekap Rata-Rata Nilai Reliability Kopi Soe Jatinangor	IV-32

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Pendapatan Kopi Soe Jatinangor	I-4
Gambar I.2 Ruang Dalam Kopi Soe Jatinangor	I-9
Gambar I.3 Metodologi Penelitian	I-16
Gambar II.1 Model Konseptual Awal	II-1
Gambar II.2 Contoh Model Jalur Metode PLS SEM	II-8
Gambar III.1 Model Penelitian	III-1
Gambar III.2 Garis Besar Langkah Pengolahan Ketiga Kedai Kopi	III-17
Gambar III.3 Hasil Uji Kenormalan Multivariat Kedai Kopi Soe Jatinangor	III-18
Gambar III.4 Model Jalur Awal.....	III-19
Gambar III.5 Model Akhir Kopi Soe Jatinangor	III-33
Gambar III.6 Hasil Uji Kenormalan Multivariat Kopi Janji Jiwa Jatinangor	III-34
Gambar III.7 Model Akhir Pengolahan Data Kopi Janji Jiwa Jatinangor	III-48
Gambar III.8 Pengujian Kenormalan Multivariat Kopi Kulo Jatinangor	III-49
Gambar III.9 Model Akhir Pengolahan Data Kopi Kulo Jatinangor	III-61
Gambar III.10 Perbandingan Model Akhir Ketiga Kedai Kopi	III-66
Gambar IV.1 Rekap Model Akhir Ketiga Kedai Kopi Dengan Skor Rata-Rata Responden	IV-29
Gambar IV.2 Bagian Kanan Ruang Kopi Soe Jatinangor	IV-34
Gambar IV.3 Kondisi Kursi Kopi Soe Jatinangor Saat Ini	IV-35
Gambar IV.4 Contoh Kursi Rekomendasi	IV-36
Gambar IV.5 Kondisi Sempit Pada Ruang Kopi Soe Jatinangor	IV-37
Gambar IV.6 Contoh Menu	IV-40
Gambar IV.7 Contoh Papan Menu	IV-41

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B DATA KOPI SOE JATINANGOR	B-1
LAMPIRAN C PENGOLAHAN DATA KOPI SOE JATINANGOR	
SECARA INTERVAL	C-1
LAMPIRAN D PENGOLAHAN DATA KOPI SOE JATINANGOR	
SECARA ORDINAL	D-1
LAMPIRAN E DATA KOPI JANJI JiWA JATINANGOR	E-1
LAMPIRAN F PENGOLAHAN DATA KOPI JANJI JiWA JATINANGOR	
SECARA INTERVAL	F-1
LAMPIRAN G PENGOLAHAN DATA KOPI JANJI JiWA JATINANGOR	
SECARA ORDINAL	G-1
LAMPIRAN H DATA KOPI KULO JATINANGOR	H-1
LAMPIRAN I PENGOLAHAN DATA KOPI KULO JATINANGOR	
SECARA INTERVAL	I-1
LAMPIRAN J PENGOLAHAN DATA KOPI KULO JATINANGOR	
SECARA ORDINAL	J-1

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada subbab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian. Kedai kopi adalah suatu tempat yang dapat dimanfaatkan untuk mengobrol bersama kerabat, tempat untuk mengerjakan tugas, dan duduk bersantai untuk waktu yang singkat maupun waktu yang lama dimana ketika duduk disana para pengunjung dapat memesan aneka minuman kopi atau bahkan makanan. Berbeda dengan rumah makan pada umumnya, pada kedai kopi biasanya tidak dijual makanan berat dan suasana yang ditawarkan lebih nyaman jika dibandingkan dengan rumah makan.

Pada masa sekarang ini, biasanya kedai kopi sangat digemari atau tidak dapat dipisahkan dari kaum muda namun sebenarnya para pengunjung dari kedai kopi tidak terbatas hanya dari kaum muda saja karena kedai kopi adalah tempat universal untuk segala usia. Hal ini dapat dilihat pada nilai konsumsi kopi domestik Indonesia yang dikeluarkan oleh *Global Agricultural Information Network* yang setiap tahunnya naik dimana pada tahun 2018/2019 nilainya adalah 258 ribu ton dan di tahun 2019/2020 nilainya naik sebesar 13,9% menjadi 294 ribu ton dan ditahun 2020/2021 nilainya juga naik menjadi 370 ribu ton. Dengan nilai ini berbagai orang ramai membuka kedai kopi baru sehingga jumlah kedai kopi di Indonesia naik secara signifikan yang jumlahnya hanya sekitar 1000 gerai pada tahun 2016 menjadi lebih dari 2950 gerai di bulan agustus tahun 2019 yang angka ini didapat dari Hasil riset Toffin bersama Majalah Mix.

Dengan naiknya jumlah gerai kedai kopi di Indonesia, maka membuat persaingan antar gerai kopi menjadi semakin sengit. Setiap gerai kopi ingin mendapatkan pengunjung baru dan ingin mempertahankan pengunjung lamanya dengan memaksimalkan berbagai aspek. Salah satu aspek yang harus dimaksimalkan adalah kualitas jasa. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2005: 260) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa

yakni, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Semakin baiknya kualitas jasa yang dimiliki oleh suatu kedai kopi maka kepuasan dari pelanggan akan menjadi meningkat dan meningkatkan juga loyalitas dari pengunjung atau konsumen. Hal ini relevan dengan pernyataan Kotler dan Keller (2007) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau jasa dan kepuasan dari konsumen akan mempengaruhi minat beli (loyalitas) dari suatu produk.

Kedai kopi Soe adalah salah satu kedai kopi yang dibuka pertama kali pada tahun 2019. Seiring berjalannya waktu kedai kopi Soe semakin berkembang dan membuka berbagai cabang di berbagai kota dengan sistem waralaba. Salah satu cabang kopi Soe adalah kopi Soe Jatinangor yang tepatnya berada di Jalan Raya Jatinangor nomor 97 A. Kedai kopi Soe Jatinangor dibuka pada bulan Maret di tahun 2019. Kedai kopi ini dibuka mulai pukul 10.00 pagi sampai 21.00 malam setiap harinya. Kedai kopi ini memiliki 1 orang pekerja saja, yang merangkap sebagai kasir dan pembuat kopi dan pelayan dimana terkadang pemilik kedai kopi Soe Jatinangor suka membantu. Kopi Soe Jatinangor menawarkan banyak varian kopi namun kopi Soe Jatinangor memiliki satu menu andalan yaitu adalah Kopi Soe gula merah. Kedai kopi Soe Jatinangor tidak memiliki ruangan outdoor melainkan hanya ruangan indoor saja yang luasnya adalah 4 x 8 meter. Pada kedai ini juga disediakan sejumlah meja untuk para pelanggannya yang jumlah tepatnya adalah 3 meja bulat dan 5 meja kotak.

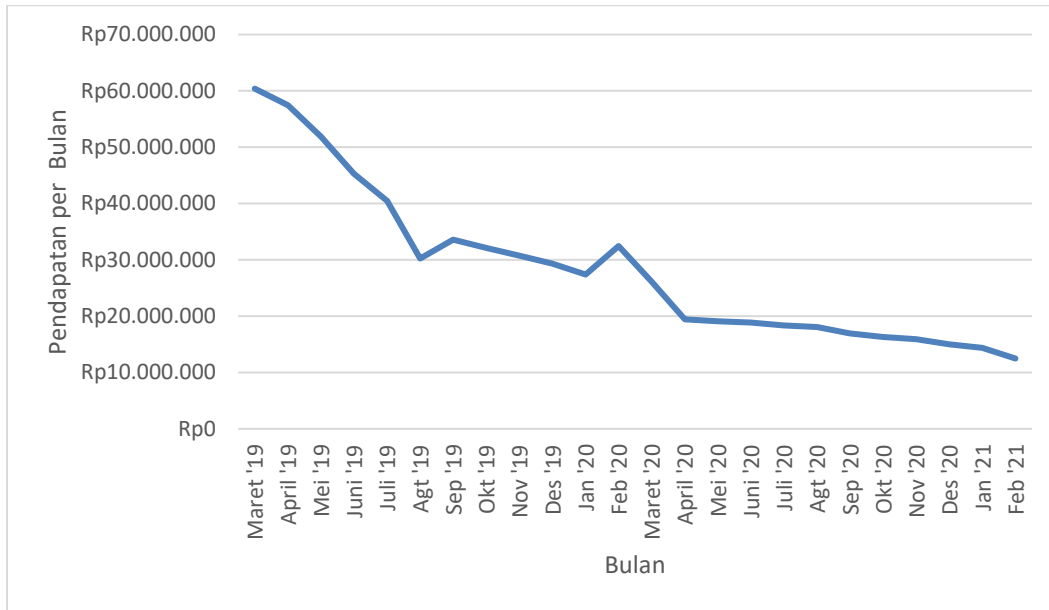
Menurut pemilik kopi Soe Jatinangor, sistem waralaba dari kopi Soe sendiri masih kurang baik. Hal ini disebabkan karena pemilik pusat dari kopi Soe tidak pernah melakukan pengecekan atau pengawasan baik secara berkala maupun tidak berkala. Bahkan tidak jarang standar baru yang diterapkan tidak diberi tahu secara cepat kepada kedai kopi yang sudah buka sebelumnya. Pemilik juga mengatakan bahwa walau ada beberapa standar yang diharuskan ketika pembukaan kedai kopi Soe, namun jumlah standar yang harus ditaati hanya sedikit dan tergolong hal umum saja seperti minimal luas, menu, harga, dll. Hal seperti dekorasi, penempatan, dan hal spesifik lainnya tidak terlalu diharuskan mengikuti kedai kopi Soe pusat walau memang ada kecenderungan bahwa warna dan nuansanya setidaknya mirip dan mengikuti kedai kopi Soe pusat.

Di awal pembukaannya, kopi Soe Jatinangor memiliki pendapatan yang cukup besar dan berhasil melewati target pendapatan perbulannya yang diinginkan oleh pemilik, namun seiring berjalannya waktu, pendapatan yang dimiliki oleh kopi Soe Jatinangor nilainya terus menunjukkan penurunan dan bahkan pendapatan yang didapat tidak lagi dapat mencapai atau bahkan melewati target pendapatan perbulannya. Penurunan pendapatan tersebut diduga karena kualitas jasa yang ada di kopi Soe Jatinangor yang masih kurang baik dan belum optimal yang menyebabkan kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi rendah khususnya kualitas jasa yang diperuntukan pelanggan yang datang langsung. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung dari kedai kopi Soe Jatinangor. Beberapa pengunjung baru menyatakan tidak akan datang kembali ke kedai kopi Soe Jatinangor dan frekuensi datang dari pengunjung lama jumlahnya masih sangat rendah. Selain itu beberapa pengunjung mengeluhkan kualitas jasa yang ditawarkan di Kopi Soe Jatinangor ini masih kurang baik dan jauh dari harapan mereka terutama kualitas jasa untuk pelanggan yang datang langsung. Hal ini juga diakui oleh pemilik dari kedai kopi Soe Jatinangor yang mengatakan bahwa masih banyak kekurangan dalam hal kualitas jasa pada kedai kopi mereka khususnya untuk pelanggan yang datang langsung atau pembelian langsung.

Jika hal ini terus dibiarkan maka terdapat kemungkinan pendapatan perbulan dari kopi Soe akan terus berkurang, terus tidak mencapai target, dan dapat menyebabkan kedai kopi Soe Jatinangor bangkrut karena pengunjung tidak merasa puas dan tingkat loyalitas dari pengunjung akan berkurang sehingga mereka enggan untuk kembali untuk membeli di kopi Soe Jatinangor. Apalagi persaingan dalam bisnis kedai kopi di daerah sekitar sudah semakin tinggi karena sudah ada 2 kedai kopi ternama seperti kopi Janji Jiwa dengan kopi Kulo yang diakui juga oleh pemilik. Penting untuk segera memberi usulan perbaikan yang tepat agar kualitas jasa di kopi Soe Jatinangor dapat menjadi lebih baik. Sehingga dengan kualitas jasa yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan sehingga meningkatkan juga loyalitas dari pelanggan dan pelanggan mau kembali untuk membeli di kopi Soe Jatinangor yang mengakibatkan pendapatan perbulannya naik dan target pendapatan dapat dicapai.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada subbab ini dijelaskan mengenai identifikasi dan rumusan masalah. Berdasarkan penjelasan dari rumusan masalah, maka dapat dikatakan bahwa pendapatan dari kopi Soe Jatinangor terus mengalami penurunan. Untuk lebih jelasnya, grafik pendapatan dari kopi Soe Jatinangor dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Grafik Pendapatan Kopi Soe Jatinangor

Dari Gambar I.1 dapat dilihat pendapatan yang didapat kopi Soe Jatinangor dari awal buka yaitu pada bulan Maret 2019 sampai bulan Februari 2021, dapat dilihat juga bahwa grafik pendapatan dari kopi Soe Jatinangor cenderung turun dengan nilai *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) untuk 2 tahun pertama nilainya -33% yang menandakan tingkat pertumbuhannya menurun. Walau turun, namun di lima bulan awal pendapatan dari kopi Soe Jatinangor mencapai dan melewati target pendapatannya yaitu Rp. 35.000.000. Namun dengan penurunan yang terus terjadi, pada bulan berikutnya sampai bulan Februari 2021 pendapatan yang didapat tidak dapat mencapai target yang ditetapkan. Walau ada beberapa kenaikan di beberapa bulan seperti bulan september tahun 2019 dan Februari tahun 2020 namun kenaikan itu tidak seberapa dan pada bulan setelahnya pendapatan kembali menurun sehingga secara garis besar pendapatan dari kopi Soe perbulannya mengalami penurunan.

Pemilik, menduga bahwa penurunan pendapatan setiap bulannya dipengaruhi oleh jumlah pengunjung yang turun setiap bulannya yang berkaitan dengan loyalitas dari pelanggan yang rendah. hal ini selaras dengan hasil wawancara dari 30 pengunjung baru yang ditanyai apakah mereka mau membeli kembali atau datang kembali ke kedai kopi Soe Jatinangor serta alasannya. Untuk hasil wawancara lengkapnya dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Hasil Wawancara Pengunjung Baru Mengenai Loyalitas Pelanggan

No	Apakah datang kembali?	Alasan
1	Iya	Karena pelayanannya ramah dan harganya terjangkau
2	Iya	Karena harga kopinya murah
3	Iya	Karena Rasa Kopinya lumayan dan harganya tidak terlalu mahal
4	Tidak	Karena tempatnya ga terlalu nyaman
5	Tidak	Karena tempatnya tidak nyaman, di dalamnya panas dan bau rokok
6	Iya	Karena harga kopinya terjangkau dan rasanya juga lumayan
7	Tidak	Karena lokasi kedainya jauh dari rumah
8	Tidak	Karena Pelayanannya lama, saya harus nunggu 30 menit padahal kedainya tidak sedang rame
9	Tidak	Karena tempatnya kurang nyaman, nyari parkirnya juga susah
10	Tidak	Karena tempatnya ga nyaman, kursinya juga keras sama gaada senderan, panas juga tempatnya
11	Iya	Karena pelayannya ramah, harganya masih murah, rasa kopinya juga enak
12	Tidak	Karena ga nyaman buat duduk dalam waktu lama, Wiifnya juga lemot, tempatnya bau rokok
13	Tidak	padahal udah sengaja datang tapi promonya ga sesuai sama apa yang ada di instagram
14	Tidak	Karena tempatnya terlalu kecil, parkir mobil juga susah harus parkir di depannya jadi harus jalan lumayan jauh
15	Iya	Karena kopinya enak, harganya cukup murah juga
16	Iya	Karena dekat rumah dan buat di jatinangor paling enak kopi Soe rasanya dibanding kopi lainnya yang pernah dicoba
17	Tidak	Karena kedai kopinya kecil, gaada AC nya, Wifinya juga ga stabil jadi kalau buat duduk lama kurang nyaman
18	Tidak	Karena kalau sengaja kesini jauh dari rumah saya, ini beli juga karena kebetulan lewat dan pengen nyoba
19	Tidak	Karena pelayanannya lama, rasa kopinya juga gaada yang spesial
20	Iya	Karena rasa kopinya buat saya udah enak, pelayannya juga ramah
21	Tidak	Karena lokasinya cukup jauh dari rumah
22	Tidak	Karena susah banget nyari parkirnya sampai harus jalan cukup jauh
23	Tidak	Karena untuk saya untuk kafe, kopi Soe ini terlalu kecil tempatnya jadi tidak nyaman untuk duduk lama walau memang harga kopinya murah dan cukup enak
24	Iya	Karena kopinya enak, harganya ga mahal juga, tempatnya sepi
25	Tidak	Karena saya cukup kecewa dengan promonya yang terlalu banyak syarat dan ketentuannya

(lanjut)

Tabel I.1 Hasil Wawancara Pengunjung Baru Mengenai Loyalitas Pelanggan (lanjutan)

No	Apakah datang kembali?	Alasan
26	Iya	Karena pelayanannya ramah bahkan boleh nyoba dulu kopinya sebelum beli
27	Iya	Karena harganya murah, rasa kopinya juga oke
28	Iya	Karena pelayanannya ramah
29	Tidak	Karena tempatnya panas, kursinya juga gaenak kalo duduk lama bikin pegel
30	Tidak	Karena menurut saya lokasinya terlalu jauh

Dari Tabel I.1 dapat dilihat bahwa dari 30 pengunjung baru yang diwawancarai, terdapat 19 pengunjung baru yang mengatakan tidak tertarik atau tidak akan membeli dan datang kembali ke Kopi Soe Jatinangor dengan alasan yang berbeda-beda dimana alasannya terletak pada kualitas jasa yang kurang baik dan 11 orang sisanya mengatakan akan membeli atau datang kembali ke Kopi Soe Jatinangor.

Maka dari itu minat beli kembali dari pengunjung baru hanya 37% saja dan 63% sisanya tidak memiliki niat beli kembali. Nilai ini menunjukkan bahwa pelanggan baru dari kedai Kopi Soe Jatinangor memiliki loyalitas yang tergolong rendah.

Selain itu frekuensi dari pengunjung lama yang datang kembali juga nilainya masih sedikit, hal ini diketahui dari hasil wawancara pengunjung lama yang mengunjungi kedai kopi Soe Jatinangor dari bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret 2021. Untuk melihat frekuensinya dapat dilihat Tabel I.2.

Tabel I.2 Frekuensi Datang Pelanggan Lama Dari Bulan Oktober 2020 Sampai Bulan Maret 2021

Frekuensi datang	Jumlah pelanggan
1	17
2	7
3	4
4	1
>=5	1

Dari Tabel I.2 dapat dilihat bahwa dari 30 pelanggan lama yang diwawancarai, sebanyak 17 orang pelanggan lama yang diwawancarai atau lebih dari 50% mengatakan hanya baru mengunjungi kedai Kopi Soe Jatinangor sebanyak 1x saja dalam rentang bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret tahun 2021, Selain itu terdapat 7 orang yang datang sebanyak 2x dalam rentang bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret tahun 2021, lalu terdapat 4 orang

yang hanya datang 3x dalam rentang bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret tahun 2021. Lalu hanya terdapat 1 orang yang datang 4x dalam rentang bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret tahun 2021, dan sisanya hanya 1 orang yang datang 5x atau lebih dalam rentang bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Maret tahun 2021, hal ini juga menunjukkan loyalitas pelanggan lama cukup rendah.

Rendahnya loyalitas dari pengunjung baru maupun lama terhadap kedai kopi Soe Jatinangor diduga oleh pemilik karena pengunjung tidak puas terhadap kualitas jasa yang ditawarkan oleh kedai kopi Soe Jatinangor karena menurut pemilik, kualitas jasa yang ditawarkan di kedai Kopi Soe Jatinangor dirasa belum optimal khususnya untuk kualitas jasa untuk pelanggan yang datang langsung ke kedai kopi. Hal ini diperkuat dengan wawancara 12 orang pengunjung yang mengeluh tidak puas dan merasa kualitas jasa yang ada di kedai kopi Soe Jatinangor belum baik. Hasil wawancara keluhan kualitas jasa dari kedua belas orang pelanggan secara lengkap dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Wawancara Mengenai Keluhan Kedai Kopi Soe Jatinangor

Nama pengunjung	No	Keluhan
Pak Aldi	1	saat saya beli kopi yang memang sedang promo, syaratnya tidak sesuai dengan ketentuan yang tertera iklan promo. Untuk harga dan pelayanan cukup baik namun jika duduk lama, kursinya kurang nyaman dan wifi serta tempat untuk isi batere laptop terbatas karena di beberapa kursi tidak berfungsi dan di beberapa bagian lainnya tidak ada tempat isi batere
Ibu Nata	2	Sejauh ini, menurut saya, pelayannya ramah dan harganya standar lah ya, buat protokol kesehatan juga udah bagus, Cuma mungkin untuk kursinya bisa dipilih kursi yg ada senderannya kali ya, supaya lebih nyaman lagi.
Pak Yosef	3	kurang nyaman untuk duduk terlalu lama karena tidak ada AC dan kursinya keras dan juga <i>playlist</i> lagunya kurang enak selain itu banyak tempat <i>charge</i> nya gabisa dipakai dan di beberapa bagian tidak dapat berfungsi
Pak Toni	4	kursinya kurang nyaman jadi kalo buat nugas lama kurang enak, terus kadang-kadang penyajiannya lama bahkan pernah sampai 30 menit barur diantar dan tidak hanya penyajiannya yang lama tapi kalau butuh sesuatu dan manggil pelayannya, pelayannya lama datangnya, sama lagunya kurang <i>uptodate</i>
Pak Guna wan	5	Wifi suka lemot buat download <i>file</i> yang ukurannya tidak terlalu besar aja lama tapi buat pelayanan udah bagus, sejak pandemi juga protokolnya sudah bagus

(lanjut)

Tabel I.3 Wawancara Mengenai Keluhan Kedai Kopi Soe Jatinangor (lanjutan)

Nama pengunjung	No	Keluhan
Ibu Chyntia	6	Menurut saya sebagai pelanggan kopi Soe, tempat kopi Soe jatinangor tempatnya terlalu kecil, selain itu area merokok dan tidak merokok digabung jadi bau asap rokok
Ibu Mira	7	Pelayan sudah cukup ramah namun susah banget datang kalau dipanggil, tapi tempatnya kadang panas karena tidak ada AC terus kadang bau rokok.
Ibu irene	8	Menurut saya pribadi, harga dan pelayan sudah cukup oke apalagi waktu pandemi juga protokolnya cukup memuaskan, cuman biasanya promonya ga sesuai sama promo kopi Soe Pusat
Pak Anton	9	ruangannya tidak berAC, terus saya sulit mencari tempat parkir karena tempat parkirnya kecil apalagi jika saya pakai mobil, terus pernah juga mesen kopi tapi beresnya lama
Pak Anto	10	dari pengalaman saya, kursinya kurang enak, terus saya pernah menunggu lama saat memesan, saya juga pernah beberapa kali beli untuk dibawa pulang namun tidak ada ruang tunggu yang memadai, sisanya sih sudah cukup baik
Ibu Sandra	11	Sudah banget cari parkirnya apalagi buat mobil, harga cukup oke, Cuma tempatnya kecil jadi panas gaada Acnya juga, tempat <i>chargenya</i> juga terbatas
Pak Wisnu	12	Pelayanan cukup baik Cuma kadang lama banget dianter kopinya atau sering juga kalo di panggil lama datangnya. Untuk ngerjain tugas kurang nyaman karena ruangan panas sama Wifinya lambat, harganya udah oke

Dari Tabel I.3 dapat dilihat bahwa kedua belas pengunjung tersebut memiliki pengalaman buruk dan keluhan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan oleh kedai Kopi Soe Jatinangor. Keluhan setiap pengunjung itu ada yang berbeda-beda namun terdapat juga keluhan yang sama yang disampaikan oleh lebih dari satu pengunjung. Untuk lebih jelasnya, seluruh keluhan pengunjung di rekap ke dalam satu tabel dan dapat dilihat pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Rekap Keluhan Pengunjung

No	Keluhan Pengunjung
1	Promo tidak sesuai dengan iklan
2	Kursi tidak nyaman
3	Ruangan Panas (tidak ada AC)
4	<i>Playlist</i> Lagu tidak enak
5	Ruangan Kecil dan Sempit
6	Ruangan Bau rokok
7	Tempat Parkir kecil
8	Penyajian Lama
9	Pelayan lama datang ketika dipanggil

(lanjut)

Tabel I.4 Rekap Keluhan Pengunjung (lanjutan)

No	Keluhan Pengunjung
10	Ruang tunggu yang tidak memadai
11	Banyak tempat <i>charge</i> yang tidak berfungsi dan di beberapa bagian tidak ada tempat untuk <i>charge</i> batere
12	Wifi yang lambat

Dari Tabel I.4 dapat dilihat bahwa sebenarnya terdapat 12 hal yang dikeluhkan oleh berbagai pengunjung yang keluhannya lebih terarah ke kualitas jasa untuk pelanggan yang datang langsung. Yang pertama adalah promo yang tidak sesuai dengan iklan, yang bagi sebagian pengunjung yang datang ke kedai kopi Soe Jatinangor karena melihat promo yang ditawarkan di Instagram Kopi Soe Jatinangor maupun Instagram Kopi Soe Pusat merasa kecewa karena pada promo yang mereka baca, tidak ada informasi mengenai syarat dan ketentuan promo namun pada kenyataannya saat mereka datang untuk membeli sesuai dengan promo, terdapat syarat dan ketentuan yang harus dipatuhi oleh pengunjung.

Kedua adalah kursi yang tidak nyaman, hal ini dikeluhkan oleh beberapa pengunjung yang merasa bahwa kursi yang disediakan di kedai kopi Soe Jatinangor tidak nyaman untuk diduduki karena kursinya tidak terdapat sandaran dan juga tidak ada sama sekali busa pada kursi karena kursi yang digunakan adalah kursi kayu yang ditopang oleh besi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Ruang Dalam Kopi Soe Jatinangor

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa kursi yang digunakan tidak ada sandaran dan tidak ada busa sedikitpun yang menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung ketika duduk dalam waktu yang lama. Ketiga adalah ruangan yang panas, hal ini banyak sekali dikeluhkan oleh pengunjung yang diwawancarai, mereka merasa ruangan dari kedai kopi Soe Jatinangor cukup kecil dan panas karena juga pada ruangan tidak terdapat AC sehingga untuk menyejukan ruangan, yang dilakukan hanya kadang membuka pintu masuk saja agar angin dari luar dapat masuk.

Keempat adalah *playlist* lagu yang kurang enak, hal ini dikeluhkan oleh satu orang pengunjung yang duduk lama di kedai kopi Soe Jatinangor, yang merasa bahwa *playlist* lagu yang diputarkan di kedai kopi Soe Jatinangor adalah *playlist* lagu yang lama dan tidak di *up to date*, dan bagi pengunjung tersebut *playlist* lagu yang diputarkan juga kurang enak.

Kelima adalah ruangan yang kecil dan sempit, hal ini juga hampir dikeluhkan oleh seluruh pengunjung yang diwawancarai, mereka merasa bahwa kedai kopi Soe Jatinangor terlalu kecil dan sempit sehingga mereka merasa tidak nyaman. Dari Gambar 1.2 juga dapat dilihat bahwa ruang antar satu pengunjung dengan pengunjung lain sangat sempit atau hanya terdapat jarak yang sedikit dikarenakan terlalu banyak kursi yang ada yang dipaksakan ditempatkan di tempat yang tidak terlalu luas, selain itu dari Gambar 1.2 juga dapat dilihat bahwa terlalu banyak hiasan yang tidak terlalu penting yang menyebabkan kesan ruang kopi Soe Jatinangor menjadi sempit bahkan ketika berdiri di beberapa lokasi dapat terbentur hiasan dinding yang diletakkan cukup rendah. Keenam adalah ruangan dari kedai kopi Soe Jatinangor kadang bau rokok, hal ini dikarenakan tidak adanya area *outdoor* dan tidak ada pemisahan antara ruangan bebas rokok dan ruangan boleh merokok sehingga orang yang merokok disatukan dengan pengunjung lainnya dan asap serta bau rokok dapat dicium oleh pengunjung lainnya.

Ketujuh adalah tempat parkir yang kecil, hal ini cukup banyak dikeluhkan oleh para pengunjung yang diwawancarai karena tempat parkir dari kedai kopi Soe Jatinangor ini cukup kecil dan sulit di akses dimana ukurannya 4 x 2,5 m, jumlah motor yang bisa diparkir disana kurang lebih adalah 6 motor, untuk mobil, hanya dapat 1 mobil dan selebihnya harus parkir di tempat lain yang bukan milik kopi Soe Jatinangor yang jaraknya cukup jauh yang kadang dilarang oleh tempat tersebut.

Kedelapan adalah penyajian yang lama, terdapat beberapa pengunjung yang mengeluhkan lamanya pelayanan atau lamanya kopi mereka disiapkan atau dibuat oleh pihak kopi Soe Jatinangor, bahkan ada pengunjung yang harus menunggu selama 30 menit untuk mendapatkan kopi yang dia pesan. Yang mungkin hal ini disebabkan karena pelayan yang jumlahnya hanya satu orang. Kesembilan, adalah pelayan yang lama datang ketika dipanggil, ada beberapa pengunjung yang ingin meminta sesuatu namun ketika memanggil pelayan, pelayannya lama untuk datang dan melayani permintaan pengunjung yang mungkin dikarenakan alasan yang sama dengan alasan keluhan kedelapan yaitu adalah jumlah pelayan yang hanya satu orang.

Kesepuluh adalah ruang tunggu yang tidak memadai, untuk pengunjung yang datang untuk dibawa pulang, mereka mengeluhkan bahwa tidak ada tempat tunggu yang disediakan apalagi jika kelima meja penuh maka mereka terpaksa harus berdiri di luar ruangan ataupun di dalam ruangan yang sempit untuk menunggu kopi mereka selesai. Kesebelas adalah banyak tempat untuk *charge* yang tidak berfungsi dan di beberapa tempat tidak ada tempat *charge*, hal ini dikeluhkan oleh beberapa pengunjung yang mengeluh tidak dapat mengisi daya laptop atau handphone mereka saat duduk di kedai kopi Soe Jatinangor, hal ini juga didukung oleh pernyataan pemilik yang mengatakan memang di beberapa titik banyak tempat *charge* yang rusak yang belum sempat diperbaiki dan tidak di seluruh sisi ruangan atau diseluruh kursi terdapat tempat *charge* melainkan hanya di sisi kiri saja.

Keduabelas adalah Wifi yang lambat, hal ini dikeluhkan oleh beberapa pengunjung yang merasa Wifi yang ada atau disediakan oleh kopi Soe cukup lambat bahkan untuk mengunduh *file* yang tidak terlalu besar ukurannya memerlukan waktu yang cukup lama. Hal ini juga diakui oleh pemilik yang mengatakan Wifi yang ada di kopi Soe Jatinangor memiliki kecepatan yang kurang kencang untuk seukuran kedai kopi yang Wifinya dipakai oleh banyak orang pada waktu yang bersamaan.

Keduabelas hal itu menjadi keluhan yang dikeluhkan oleh pengunjung yang diwawancarai dan keluhannya lebih ke arah kualitas jasa untuk pelanggan yang datang langsung membeli daripada pelanggan yang membeli secara *online*. Mengenai masalah harga, ramahnya pelayanan, dan rasa kopi, para pengunjung tidak mengeluhkannya, para pengunjung merasa sudah puas mengenai ketiga hal

tersebut. Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan pemilik yang mengatakan bahwa memang harga yang ditawarkan kopi Soe sudah berada di nilai yang tergolong rendah untuk segelas kopi yaitu adalah 18 ribu sampai 23 ribu dimana menu andalannya yaitu Kopi Soe Gula Merah harganya hanya 18 ribu rupiah. Selain itu pelayan juga sudah di latih terlebih dahulu pada awal perekutan dan selalu diingatkan agar menjaga keramahannya kepada pengunjung. Untuk rasa kopinya sendiri, menurut pemilik, resep yang digunakan selalu mengikuti resep kopi Soe pusat yang resepnya telah diuji beberapa kali. Namun menurut pemilik juga, kualitas jasa yang disediakan oleh kedai kopi Soe Jatinangor memang belum maksimal khususnya untuk kualitas jasa untuk pelanggan yang langsung data ke lokasi. Untuk kualitas jasa untuk pelanggan yang membeli secara *online* menurut pemilik sudah cukup baik dan pemilik sudah cukup puas. Oleh karena ini penelitian lebih terfokus pada kualitas jasa untuk pelanggan yang datang langsung ke kedai kopi Soe Jatinangor.

Pemilik juga sudah mencoba untuk menyediakan *form* saran, kritik, dan penilaian dari pengunjung mengenai kualitas jasanya namun pemilik tidak terlalu memerhatikan penilaian yang diberikan melainkan hanya melihat saran dan kritik yang dikatakan oleh pengunjung dan sayangnya hanya sedikit pengunjung yang bersedia mengisi *form* tersebut dan belum ada tindakan nyata akan saran dan kritik. Saran dan kritik yang dituliskan oleh pengunjung kurang lebih sama seperti keluhan yang didapat dari wawancara langsung dari kedua belas pengunjung yang sudah dilakukan.

Keluhan dari pengunjung yang kurang atau belum diperhatikan oleh pihak kedai Kopi Soe Jatinangor seharusnya diperhatikan agar kualitas jasa yang ada dapat meningkat. Karena jika keluhan dari pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas jasa yang ada di Kopi Soe Jatinangor ini dibiarkan maka akan membuat pelanggan baru maupun lama pergi dan tidak akan kembali, mereka akan mencari tempat kopi disekitar yang mempunyai kualitas jasa yang jauh lebih baik. Di sekitar kopi Soe Jatinangor saja terdapat 2 pesaing yang namanya sudah terkenal yaitu kopi Janji Jiwa dan kopi Kulo.

Hal ini juga sudah dikatakan dan dikhawatirkan oleh pemilik, pemilik mengetahui kerasnya persaingan di bisnis kedai kopi yang semakin meningkat apalagi dari dua pesaing terdekatnya yaitu kedai Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo.

Dari masalah tersebut, dilakukan penelitian untuk membuktikan apakah benar kualitas jasa berpengaruh kepada kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga dapat diketahui atribut atau faktor apa saja yang perlu diperbaiki. Model yang digunakan adalah model serupa dari penelitian yang dilakukan oleh Diab, Mohammed, Mansour, dan Saad (2016), mereka melakukan penelitian untuk menguji hubungan antara kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada industri restoran. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Khan dan Fasih (2014), mereka melakukan penelitian yang menguji hubungan dari tiga variabel, yaitu kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hal serupa juga diteliti oleh Fida, Ahmed, Balushi, dan Singh (2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan hal serupa yaitu ketiga variabel, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan saling berhubungan dimana kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karim (2019) juga menyatakan hal serupa pada penelitiannya.

Penelitian juga dilakukan untuk melihat penilaian responden berupa data dan pengolahan data dari pesaing nyata kopi Soe Jatinangor yaitu kopi Janji Jiwa Jatinangor dan Kopi Kulo Jatinangor agar dapat dijadikan pembandingan dan pertimbangan dalam pemberian usulan perbaikan sehingga minimal usulan perbaikannya sama baiknya dengan pesaing terbaik dan bahkan dapat lebih baik. Selain itu penelitian juga dilakukan untuk mengetahui apakah setiap kedai kopi memiliki atribut kualitas jasa yang sama yang memengaruhi loyalitas pelanggan atau tidak yang juga dijadikan bahan pembandingan. Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan juga dapat di rumuskan ke dalam rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di kedai Kopi Soe Jatinangor?
2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan di kedai kopi Janji Jiwa Jatinangor dan kopi Kulo Jatinangor sebagai pesaing?
3. Bagaimana usulan perbaikan kedai kopi Soe Jatinangor agar loyalitas pelanggan dapat meningkat?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada subbab ini dijelaskan mengenai pembatasan masalah dan asumsi dari penelitian. Terdapat beberapa batasan dan asumsi untuk penelitian yang dilakukan agar penelitian lebih terfokus dan cakupannya tidak terlalu luas. Berikut merupakan pembatasan masalah dan asumsi penelitian.

1. Penelitian ini tidak sampai tahap implementasi melainkan hanya sampai tahap usulan saja.
2. Faktor biaya tidak diperhatikan dalam usulan perbaikan yang diberikan.
3. Selama penelitian, tidak ada perubahan kualitas jasa yang cukup besar yang dilakukan pada kedai kopi Soe Jatinangor.
4. Pesaing yang diteliti adalah kedai kopi Janji Jiwa Jatinangor dan kedai kopi Kulo Jatinangor saja.
5. Penelitian hanya terbatas pada kualitas jasa kopi Soe Jatinangor dalam hal pembelian langsung ke lokasi kedai kopi.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada subbab ini dijelaskan mengenai tujuan dari penelitian. Terdapat tiga tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini. Tujuan penelitian selaras dengan rumusan masalah yang dicantumkan sehingga jumlahnya sama dengan rumusan masalah. Berikut merupakan tujuan penelitian.

1. Mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di kedai Kopi Soe Jatinangor.
2. Mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan di kedai kopi Janji Jiwa Jatinangor dan kopi Kulo Jatinangor sebagai pesaing.
3. Mengetahui usulan perbaikan kedai kopi Soe Jatinangor agar loyalitas pelanggan dapat meningkat.

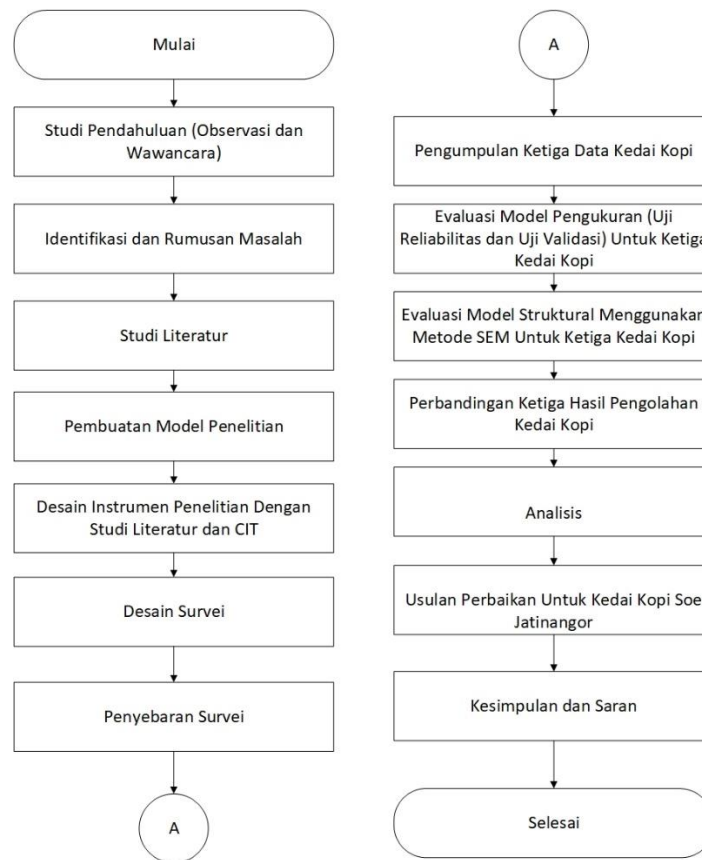
I.5 Manfaat Penelitian

Pada subbab ini dijelaskan mengenai manfaat dari penelitian. Terdapat beberapa manfaat yang dapat dirasakan dari penelitian yang dilakukan. Manfaat dari penelitian dapat dirasakan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian. Berikut merupakan manfaat penelitian.

1. Memberi usulan perbaikan untuk kedai Kopi Soe Jatinangor agar loyalitas pelanggan dapat meningkat.
2. Meningkatkan wawasan dari peneliti
3. Menjadi referensi bagi peneliti-peneliti yang ingin melakukan penelitian yang serupa di masa depan.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini dijelaskan mengenai metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Metodologi penelitian dibuat dan dicantumkan untuk dapat menjadi pedoman maupun petunjuk dalam penelitian sehingga penelitian yang dilakukan dapat sesuai dengan urutan yang tepat serta benar. Hal lainnya yang membuat metodologi penelitian dibuat adalah agar penelitian ini dapat dilakukan secara sistematis dan tepat. Metodolgi penelitian digambarkan dalam bentuk kotak untuk suatu proses dan panah yang menandakan alur atau jalur dari setiap proses yang ada dan metodologi penelitian diawali dengan mulai yang menandakan dimulainya penelitian atau titik mulai dari penelitian dan diakhiri dengan selesai yang mendandakan penelitian sudah selsai dilakukan atau titik akhir dari penelitian. Adapun metodologi dari penelitian ini adalah, diawali dengan observasi dan wawancara, setelah itu dilanjutkan dengan identifikasi dan rumusan masalah, lalu studi literatur, dilanjut dengan pembuatan model penelitian, kemudian membuat desain instrumen penelitian dengan studi literatur dan CIT, lalu membuat desain survei, setelah itu dilakukan penyebaran survei, pengumpulan data untuk ketiga kedai kopi, evaluasi model pengukuran (uji reliabilitas dan uji validitas) untuk ketiga kedai kopi, evaluasi model struktural menggunakan metode SEM untuk ketiga kedai kopi, perbandingan ketiga hasil pengolahan kedai kopi, analisis, usulan perbaikan untuk kedai kopi Soe Jatinangor, lalu ditutup dengan kesimpulan dan saran. Urutan metodologi penelitian yang dimulai dari awal sampai akhir secara jelasnya digambarkan kedalam satu gambar, gambar tersebut dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

Dari Gambar I.3 dapat dilihat kembali bahwa penelitian dimulai dari studi pendahuluan yang di dalamnya terdiri dari observasi dan wawancara, setelah itu dilanjutkan dengan identifikasi dan rumusan masalah, melakukan studi literatur, pembuatan model penelitian, desain instrumen penelitian dengan studi literatur dan CIT, desain survei, penyebaran survei, pengumpulan data ketiga kedai kopi, evaluasi model pengukuran (uji reliabilitas dan uji validitas) untuk ketiga kedai kopi, evaluasi model struktural menggunakan metode SEM untuk ketiga kedai kopi, perbandingan ketiga hasil pengolahan kedai kopi, analisis, usulan perbaikan untuk kedai kopi Soe Jatinangor, lalu ditutup dengan kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan lengkap dari tahapan-tahapan metodologi penelitian tersebut.

1. Studi Pendahuluan (Observasi dan Wawancara)

Pada tahap pertama penelitian ini yang dilakukan adalah studi pendahuluan yang berupa observasi dan wawancara. Observasi dilakukan oleh

peneliti di kedai kopi Soe Jatinangor yang berada di Jalan Raya Jatinangor nomor 97 A. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dan melihat keadaan dari kedai kopi Soe Jatinangor. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung kopi Soe Jatinangor dan dengan pemilik dari kopi Soe Jatinangor untuk mengetahui keadaan dan permasalahan yang ada.

2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada tahap kedua ini dilakukan identifikasi serta rumusan masalah. Permasalahan yang ditemukan setelah dilakukan observasi dan wawancara pada tahap pertama akan diidentifikasi pada tahap kedua ini. Identifikasi masalah ini dilakukan untuk menggali lebih dalam akar dari masalah yang ada pada kedai kopi Soe Jatinangor setelah itu masalah tersebut dapat dirumuskan sehingga didapatkan rumusan masalah.

3. Studi Literatur

Pada tahap ketiga dilakukan pencarian studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk membantu peneliti dalam melakukan pengolahan data dengan dasar teori yang kuat dan tepat untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Studi literatur dapat dilakukan dengan pencarian informasi yang sumbernya dapat didapat dari buku, jurnal, *paper*, maupun internet.

4. Pembuatan Model Penelitian

Pada tahap keempat ini dilakukan pembuatan model penelitian. Ditentukan model penelitian yang digunakan berdasarkan studi literatur.

5. Desain Instrumen Penelitian Dengan Studi Literatur dan CIT

Pada tahap kelima ini dilakukan desain instrumen penelitian. Instrumen ditentukan untuk mengukur kualitas jasa yang diteliti pada kedai kopi Soe Jatinangor. Dalam menentukan instrumen, dilakukan studi literatur dan juga wawancara dengan metode CIT.

6. Desain Survei

Pada tahap keenam dilakukan desain survei. Dibuat dan disusun survei berupa kuisisioner sesuai dengan variabel dan instrumen pengukurannya yang telah ditentukan.

7. Penyebaran Survei

Pada tahap ketujuh dilakukan penyebaran survei, setelah survei dibuat maka survei disebarakan kepada target yang dituju untuk mendapatkan data.

8. Pengumpulan Data Ketiga Kedai Kopi

Pada tahap kedelapan dilakukan pengumpulan data ketiga kedai kopi, karena dilihat juga kedai kopi pesaing sebagai pesaing, maka dikumpulkan juga data kedua pesaing dari kopi Soe Jatinangor yaitu kedai kopi Janji Jiwa Jatinangor, kedai kopi Kulo Jatinangor. Dilakukan juga pembuangan data yang tidak memenuhi kriteria.

9. Evaluasi Model Pengukuran (Uji Reliabilitas dan Uji Validitas) Untuk Ketiga Kedai Kopi

Pada tahap kesembilan dilakukan evaluasi model pengukuran untuk ketiga kedai kopi, pada tahap ini didalamnya terdapat pengujian reliabilitas dan pengujian validitas. Proses ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang didapat sudah reliabel dan valid atau tidak. Karena peneliti ingin melihat pesaing kedai kopi Soe Jatinangor sebagai pembanding maka kedua pesaing juga diolah datanya.

10. Evaluasi Model Struktural Menggunakan Metode SEM Untuk Ketiga Kedai Kopi

Pada tahap kesepuluh ini dilakukan evaluasi model struktural. Setelah data sudah melewati uji realibilitas dan validitas untuk ketiga kedai kopi, model penelitian diuji dengan menggunakan metode SEM. Karena peneliti ingin melihat pesaing kedai kopi Soe Jatinangor juga sebagai pembanding maka kedua pesaing yaitu kopi Janji Jiwa dan kopi Kulo juga diolah datanya

11. Perbandingan Ketiga Hasil Pengolahan Kedai Kopi

Pada tahap kesebelas, dilakukan perbandingan dari hasil ketiga pengolahan kedai kopi. Hal ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah kedua dan dapat dijadikan pembandingan.

12. Analisis

Pada tahap kedubelas dilakukan analisis dari model dan pengolahan data yang dilakukan.

13. Usulan Perbaikan Untuk Kedai Kopi Soe Jatinangor

Pada tahap ketigabelas dilakukan pemberian usulan perbaikan untuk kedai kopi Soe Jatinangor. Usulan perbaikan diberikan sesuai dengan permasalahan yang ada di kedai kopi Soe Jatinangor. Usulan yang diberikan adalah usulan perbaikan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di kedai kopi Soe Jatinangor.

14. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap keempatbelas dicantumkan kesimpulan dari penelitian serta saran. Seluruh penelitian disimpulkan dan dicantumkan pada bagian ini. Kesimpulan berisi jawaban dari rumusan masalah yang telah dicantumkan sebelumnya. Setelah itu, dari pengalaman peneliti yang melakukan penelitian ini maka dipaparkan pesan yang dapat membangun untuk penelitian serupa yang dilakukan di masa depan.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini dibahas mengenai sistematika penulisan pada laporan penelitian. Sistematika penulisan dibuat agar dapat mengetahui secara garis besar urutan dan pembagian dari setiap pembahasan pada penelitian ini. Pada laporan penelitian ini terdapat 5 BAB. Setiap BAB membahas mengenai hal yang berbeda. Berikut merupakan sistematika penulisan.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I, dibahas mengenai pendahuluan dari penelitian. Pada BAB ini dijelaskan mengenai latar belakang yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan laporan ini.

2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB 2, dibahas mengenai berbagai teori yang berkaitan dengan penelitian ini yang menjadi dasar dan pedoman dari pengerjaan pada penelitian dalam pengumpulan, pengolahan, dan serta dalam analisis.

3. BAB 3 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada BAB 3, berisi mengenai data yang telah dikumpulkan, cara pengumpulan datanya yang kemudian pengolahan data yang dilakukan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu pada BAB 3, dicantumkan juga usulan perbaikan yang didasari hasil dari pengolahan data.

4. BAB 4 ANALISIS

Pada BAB 4, dibahas mengenai semua analisis dari pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan. Pada BAB ini dibahas mengenai seluruh hal yang menjadi alasan pengumpulan dan cara pengolahan data yang dilakukan.

5. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB 5, dibahas mengenai kesimpulan dan juga saran dari penelitian ini. Kesimpulan berisi mengenai jawaban dari rumusan masalah dan saran berisi mengenai pesan yang baik dan membangun yang diberikan oleh peneliti.