

**USULAN PERBAIKAN DI JUJI COFFEE UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
MENGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP*
*ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar

Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun Oleh:

Nama : Adrianus Samuel

NPM : 6131801089



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Adrianus Samuel
NPM : 6131801089
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI JUJI COFFEE UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN
MENGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP*
ANALYSIS

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2023

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

(Cherish Rikardo, S.Si., M.T.)

**PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU
MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Adrianus Samuel

NPM : 6131801089

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**“USULAN PERBAIKAN DI JUJI COFFEE UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*”**

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

Pernyataan ini saya buat dengan sejujur-jujurnya dan apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menanggung sanksi yang akan diterapkan kepada saya.

Bandung, 12 Januari 2023



Scanned with CamScanner

Adrianus Samuel

NPM : 6131801089

ABSTRAK

Kedai kopi merupakan sebuah tempat yang menjual minuman berbahan dasar kopi, dan sudah merupakan kebiasaan atau gaya hidup generasi *millennial*. Tingginya persaingan kedai kopi di Kota Bandung, membuat konsumen memiliki ekspektasi lebih dan lebih selektif dalam menentukan kedai kopi yang ingin dikunjungi. Juji Coffee merupakan salah satu *coffee shop* yang mengangkat konsep *industrial* yang berada di Kota Bandung dan berdiri sejak tahun 2019. Setelah melakukan identifikasi awal, diketahui bahwa terdapat banyak keluhan konsumen mengenai ketidakpuasan yang dirasakan terhadap Juji Coffee yang diduga menjadi penyebab menurunnya penjualan Juji Coffee per tahun nya. Penelitian dilakukan untuk mengetahui atribut yang tepat untuk mengukur kepuasan konsumen, dan mengetahui usulan perbaikan yang paling tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Juji Coffee. Penelitian menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) untuk memenuhi tujuan penelitian. Setelah melakukan wawancara dengan konsumen dan pemilik, diperoleh 29 atribut akhir. Kemudian dilakukan pengolahan data terhadap 146 responden yang telah mengisi kuesioner. Hasil dari pengolahan data menggunakan metode IGA diperoleh 7 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yang memiliki 16 akar permasalahan dan 20 usulan perbaikan. Tetapi hanya 10 usulan perbaikan yang diterima, yang pertama adalah melakukan pelatihan terhadap pelayan baru, kemudian membuat rancangan SOP, menyediakan kotak kritik & saran, menginformasikan nomor telepon / email untuk *feedback*, meningkatkan kecepatan Wi-Fi, menambahkan stopkontak di setiap meja, menyediakan fasilitas tambahan seperti kartu, melakukan perbaikan AC, menyediakan meja kecil tambahan, dan menambahkan bantalan pada dudukan kursi.

ABSTRACT

A coffee shop is a place that sells coffee-based drinks, and it is a habit or lifestyle for the millennial generation. The high competition for coffee shops in Bandung makes consumers have more expectations and are more selective in choosing which coffee shop to visit. Juji Coffee is a coffee shop that carries an industrial concept located in Bandung and was established in 2019. After conducting initial identification, it is known that there are many consumer complaints regarding the dissatisfaction felt of Juji Coffee which is suspected to be the cause of the decline in Juji Coffee sales per year. The research was conducted to find out the right attributes to measure customer satisfaction, and find out the most appropriate improvement proposals to increase customer satisfaction at Juji Coffee. The research uses the Improvement Gap Analysis (IGA) method to fulfill the research objectives. After conducting interviews with consumers and owners, 29 final attributes were obtained. Then data processing was carried out on 146 respondents who had filled out the questionnaire. The results of data processing using the IGA method obtained 7 attributes which are priority improvements which have 16 root causes and 20 improvement suggestions. But only 10 proposed improvements were accepted, the first was to conduct training for new waiters, then draft Operational Standard Procedures, provide criticism & suggestions boxes, provide telephone/email numbers for feedback, increase Wi-Fi speed, add power outlets at each table, provide facilities extras such as cards, repairing air conditioners, providing additional small tables, and adding cushions to chair seats.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan di Juji Coffee untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Improvement Gap Analysis*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri. Selama penyusunan skripsi, penulis juga mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Ibu Cherish Rikardo, S. Si., M. T., sebagai dosen pembimbing yang selalu menuntun dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini dengan sangat baik dan sabar.
2. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T, M.T., M.I.E., dan Ibu Yani Herawati, S.T., M.T., sebagai dosen penguji dalam sidang proposal dan siding skripsi yang telah memberikan banyak masukan, kritik, dan saran sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan lebih baik.
3. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T., sebagai koordinator skripsi yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
4. Dosen, TU, dan Pekarya UNPAR yang telah membantu dari segi ilmu, adminitastratif, dan lainnya selama masa perkuliahan serta penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan material sehingga penyusunan skripsi ini dapat berlangsung dengan baik dan lancar.
5. Pihak Juji Coffee yang sudah mengizinkan dan meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Ria Fortuna Wijaya, dan teman-teman Se.People yang selalu memberikan dorongan, motivasi, semangat, informasi yang berkaitan dengan skripsi, ide, dan saran kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang tidak tertulis, yang telah memberikan motivasi, bantuan, serta dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak Juji Coffee, pembaca, dan juga peneliti selanjutnya.

Bandung, 12 Januari 2023



Scanned with CamScanner

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-10
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian	I-11
I.7 Sistematika Penulisan	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
II.1 Jasa.....	II-1
II.2 Kepuasan Konsumen	II-2
II.3 Kualitas Jasa	II-3
II.4 Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	II-4
II.5 Metode Pengumpulan Data	II-5
II.6 Teknik Sampling.....	II-6
II.7 Uji Validitas.....	II-8
II.8 Uji Reliabilitas	II-9
II.9 Improvement Gap Analysis.....	II-10
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1 Penentuan Atribut Penelitian	III-1
III.2 Penyusunan Kuesioner.....	III-9
III.3 Penentuan Jumlah Sampel dan Penyebaran Kuesioner	III-13
III.4 Pengolahan Data.....	III-14
III.4.1 Rekapitulasi Profil Responden.....	III-14
III.4.2 Uji Validitas.....	III-18
III.4.3 Uji Reliabilitas	III-25
III.4.4 Pembuatan Matriks IGA.....	III-26
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....	IV-1

IV.1	Analisis Atribut Penelitian	IV-1
IV.2	Analisis Profil Responden	IV-4
IV.3	Analisis Matriks IGA.....	IV-5
IV.3.1	Analisis Atribut Dalam Kuadran I	IV-6
IV.3.2	Analisis Atribut Dalam Kuadran II	IV-7
IV.3.3	Analisis Atribut Dalam Kuadran III	IV-7
IV.3.4	Analisis Atribut Dalam Kuadran IV	IV-8
IV.4	Usulan Perbaikan	IV-9
IV.4.1	Usulan Perbaikan Atribut A2, A3, dan A4	IV-9
IV.4.2	Usulan Perbaikan Atribut A5.....	IV-13
IV.4.3	Usulan Perbaikan Atribut A13.....	IV-15
IV.4.4	Usulan Perbaikan Atribut A24.....	IV-17
IV.4.5	Usulan Perbaikan Atribut A29.....	IV-20
IV.5	Persetujuan Usulan Perbaikan Atribut	IV-22
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Alasan Responden Merasa Tidak Puas di Juji Coffee	I-9
Tabel III.1 Atribut Jurnal Referensi Pertama	III-1
Tabel III.2 Atribut Jurnal Referensi Kedua.....	III-3
Tabel III.3 Atribut Jurnal Referensi Ketiga.....	III-4
Tabel III.4 Rekapitulasi Atribut Akhir	III-5
Tabel III.5 Perbaikan Penyusunan Kalimat pada Atribut	III-9
Tabel III.6 Contoh Pertanyaan ESFQ dan ESDQ.....	III-12
Tabel III.7 Contoh Pertanyaan Kepuasan Saat Ini	III-13
Tabel III.8 Perhitungan KMO.....	III-19
Tabel III.9 Hasil Anti-Image Correlation	III-19
Tabel III.10 Hasil Pengolahan Data <i>Total Variance Explained</i>	III-20
Tabel III.11 Hasil <i>Component Matrix</i>	III-22
Tabel III.12 Hasil Rotated Component Matrix.....	III-23
Tabel III.13 Klasifikasi Atribut Berdasarkan Faktor	III-24
Tabel III.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	III-25
Tabel III.10 Konversi Nilai Angka	III-26
Tabel III.11 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Keseluruhan.....	III-28
Tabel III.12 Atribut Hasil Pemetaan	III-30
Tabel IV.1 Rancangan Usulan Peraturan.....	IV-12
Tabel IV.2 Rekapitulasi Persetujuan Usulan Perbaikan Atribut	IV-23

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Grafik Pendapatan Kotor per Bulan Juji Coffee	I-4
Gambar I.2	Ulasan konsumen pada <i>platform</i> Google terhadap Juji Coffee	I-6
Gambar I.3	Keluhan konsumen pada <i>platform</i> Google terhadap Juji Coffee	I-7
Gambar I.4	Rating Juji Coffee di Pergikuliner	I-7
Gambar I.5	Ulasan pada <i>platform</i> Zomato terhadap Juji Coffee.....	I-8
Gambar I.6	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II.1	Model Kepuasan Konsumen	II-4
Gambar II.2	Teori Matriks IGA	II-12
Gambar III.1	Proporsi Frekuensi Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>	III-15
Gambar III.2	Proporsi Motivasi Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>	III-15
Gambar III.3	Proporsi Rata-rata Pengeluaran.....	III-16
Gambar III.4	Proporsi Kunjungan Terakhir.....	III-17
Gambar III.5	Proporsi Pertimbangan Menentukan <i>Coffee Shop</i>	III-17
Gambar IV.1	Akar permasalahan Atribut A2, A3, dan A4.....	IV-11
Gambar IV.2	Contoh AC yang digunakan Saat Ini	IV-16
Gambar IV.3	Usulan Perbaikan AC.....	IV-17
Gambar IV.4	Perbandingan Menu Juji Coffee dengan Pesaing	IV-19
Gambar IV.5	Contoh Meja yang Digunakan Saat Ini.....	IV-20
Gambar IV.6	Contoh Kursi yang Digunakan Saat Ini	IV-21
Gambar IV.7	Contoh Usulan Perbaikan Kursi	IV-22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN B HASIL PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN C KUESIONER *FUNCTIONAL QUESTION*

LAMPIRAN D KUESIONER *DYSFUNCTIONAL QUESTION*

LAMPIRAN E KUESIONER *CURRENT SATISFACTION*

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I ini dibahas latar belakang penelitian pada *Juji Coffee*. Kemudian dijelaskan mengenai identifikasi dan perumusan masalah, selanjutnya terkait pembatasan masalah dan asumsi penelitian, kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Berikut penjelasan lengkap terkait setiap tahapan.

I.1 Latar Belakang

Mengonsumsi kopi sudah menjadi kebiasaan dan menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia dari segala kalangan. Berdasarkan data yang diperoleh dari *International Coffee Organization* (ICO) dari tahun 2010 sampai 2021 tingkat konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, dan menurut Kementerian Pertanian, sampai dengan tahun 2021 terdapat sekitar 369,9 ribu penduduk Indonesia yang mengonsumsi kopi. Oleh karena itu, industri *food and beverage* seperti *coffee shop* merupakan salah satu peluang usaha yang dilirik oleh para pebisnis karena dinilai mampu memberikan prospek yang baik. Menurut Sutrisno (2017), didapati bahwa bisnis *coffee shop* di Indonesia mulai menjamur terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Jogja, dan masih banyak di kota-kota lainnya.

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung sampai dengan tahun 2018 terdapat 467 *coffee shop* yang tersebar di kota Bandung. Kota Bandung memiliki luas 163,7 kilometer kuadrat sehingga dapat diasumsikan bahwa dalam radius 1 kilometer kuadrat terdapat 2-3 *coffee shop*, hal tersebut menandakan tingginya persaingan dalam industri *coffee shop* di Kota Bandung. Sedangkan berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Bandung, penduduk kota Bandung tahun 2021 dari usia 15-39 tahun ada 978.747 jiwa. Menurut Ananda (2022), kelompok usia 15-39 tahun merupakan kelompok yang tergolong kedalam generasi Millennial, dan generasi Millennial merupakan generasi dengan jumlah populasi terbanyak di Kota Bandung jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Menurut Georgina Tzanetos (2021),

mayoritas orang dari generasi Millennial menghabiskan uangnya untuk hal-hal yang tidak esensial seperti ngopi, minuman, makan di restoran, hiburan, dan pakaian. Menurut Emmie Martin (2017), yang mengambil sampel sebanyak 2000 responden dari berbagai generasi untuk ditanyakan mengenai pengeluaran terbesar masing-masing, sebanyak 72,36% generasi Millennial menghabiskan kebanyakan uangnya untuk melakukan kegiatan makan di luar yang mencakup kegiatan ngopi di *coffee shop*, yang mana angka tersebut merupakan angka tertinggi jika dibandingkan dengan generasi lainnya.

Industri penyedia jasa makanan dan minuman seperti *coffee shop* di Kota Bandung memiliki calon konsumen yang sangat banyak jika dilihat dari jumlah penduduk generasi milenial di Kota Bandung. Namun jika dilihat dari tingginya persaingan *coffee shop* di Kota Bandung, setiap *coffee shop* harus meningkatkan kualitas jasanya untuk dapat bersaing, karena dengan meningkatkan kualitas jasa maka kepuasan konsumen pun akan meningkat dan mampu berdampak kepada peningkatan pendapatan. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah respon yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka beranggapan bahwa kebutuhan serta keinginannya sudah sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Menurut Kotler & Keller (2007), kualitas layanan suatu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen juga sangat berpengaruh terhadap penjualan dari suatu perusahaan, dan kepuasan konsumen tidak hanya memberikan dampak positif berupa konsumen melakukan pembelian ulang, namun konsumen juga akan menyebarkan berita mengenai kepuasan yang dirasakan kepada orang lain. Menurut Safitri (2017), kepuasan konsumen dapat mempengaruhi niat beli ulang secara signifikan, semakin puas konsumen terhadap suatu produk ataupun layannya, maka semakin berminat juga konsumen untuk datang dan melakukan pembelian kembali.

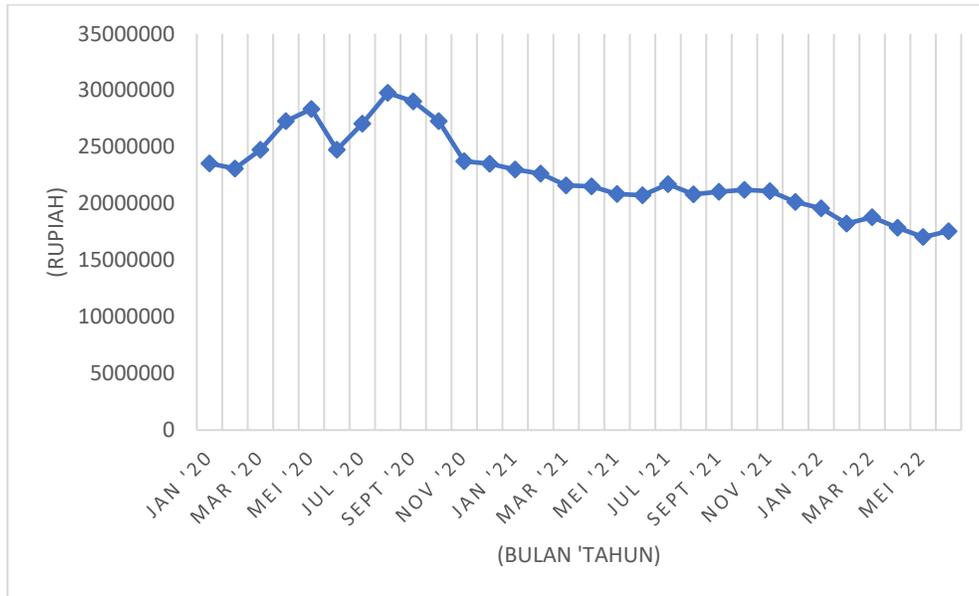
Karena tingginya persaingan, setiap perusahaan tentunya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memprioritaskan kepuasan konsumen. Kepuasan

konsumen akan tercipta melalui kualitas pelayanan yang baik, tempat dan fasilitas yang nyaman, harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima, serta kualitas yang baik dari produk ataupun jasa yang diberikan. Dengan ditingkatkannya atribut-atribut tersebut maka suatu perusahaan penyedia jasa makanan dan minuman pun mampu meningkatkan kepuasan konsumen yang berdampak kepada kenaikan penjualan.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Kedai kopi yang akan diteliti adalah kedai kopi yang berlokasi di Jl. Hercules No. 55, Sukajadi, Bandung dengan nama Juji Coffee. Juji Coffee didirikan sejak 2019 dengan segmentasi pasar untuk umur 15 – 40 tahun dan kalangan menengah ke atas. Juji Coffee memiliki 8 karyawan aktif dan setiap *shift* hanya terdapat 1 karyawan sebagai kasir dan barista. Juji Coffee beroperasi dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 21.00. Juji Coffee ini memiliki konsep yang terkesan eksklusif dengan harga yang sedikit lebih mahal, serta properti yang digunakan memiliki kualitas yang baik seperti meja dan beberapa hiasan yang terbuat dari marmer, lukisan, ruangan *indoor* dengan pendingin ruangan yang memadai, dan terdapat motor antik sebagai pajangan yang menambah kesan eksklusif pada Juji Coffee.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Juji Coffee, terdapat fenomena masalah terkait jumlah pendapatan yang fluktuatif dan cenderung menurun setiap bulannya, tanpa diketahui penyebab pastinya. Juji Coffee sudah melakukan beberapa usaha dengan tujuan untuk meningkatkan penjualannya seperti membuat akun Instagram untuk melakukan promosi dan pemasaran. Juji Coffee sudah menawarkan beberapa promo seperti potongan harga sebesar 10% bagi konsumen yang membawa kartu pelajar, promo potongan harga sebesar 10% bagi konsumen yang membawa sedotan non-plastik sendiri, promo potongan harga sebesar 20% bagi konsumen yang membagikan Instagram *story* dan *mention* Juji Coffee, dan terdapat promo potongan harga sebesar 20% bagi konsumen yang melakukan pembelian pada pukul 17.00 - 20.00. Berikut ini akan disajikan grafik pendapatan kotor per bulan periode Januari 2020 hingga Juni 2022.



Gambar I.1 Grafik Pendapatan Kotor per Bulan Juji Coffee

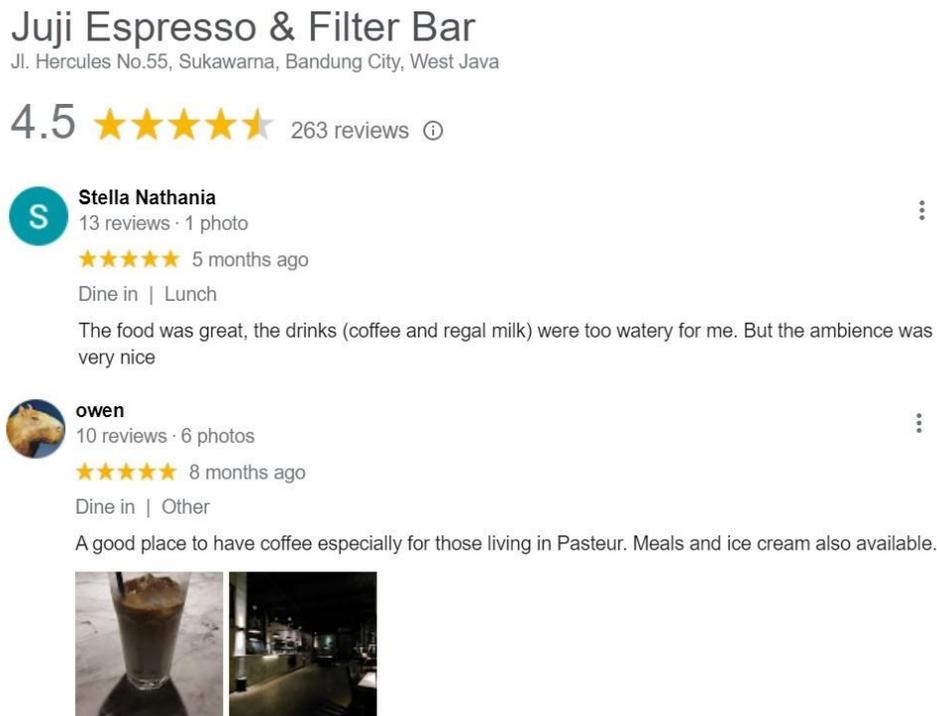
Merujuk pada Gambar I.1 dapat dilihat pada sumbu x menggambarkan periode dan sumbu y menggambarkan pendapatan dalam satuan rupiah. Berdasarkan data Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat, Ridwan Kamil menetapkan PSBB pada 22 April 2020 sehingga terdapat penurunan pendapatan pada bulan April hingga Juni 2020. Kemudian grafik pendapatan kembali naik pada bulan Agustus 2020. Kemudian pada 1 September 2020 kembali diterapkan PSBB hingga 29 September 2020 sehingga pendapatan Juji Coffee kembali menurun. Pada periode tersebut, kenaikan dan penurunan grafik pendapatan Juji Coffee merupakan hal yang normal karena pengaruh penerapan PSBB Kota Bandung. Namun setelah itu PSBB sudah kembali longgar tetapi pendapatan Juji Coffee tidak kunjung naik dan terus menurun. Sedangkan menurut Dinas Kominfo Jawa Timur pada tahun 2021, tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia meningkat sekitar 8% walaupun terjadi pandemi. Juji Coffee sudah memberikan alternatif bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian di rumah melalui aplikasi Gojek, namun usaha tersebut hanya bertahan selama 2 bulan pertama dan hingga sekarang Juji Coffee tidak memiliki konsumen yang membeli melalui aplikasi Gojek, sehingga usaha tersebut dinilai masih belum cukup untuk memenuhi target penjualannya.

Berdasarkan fenomena ini dilakukan observasi dan wawancara dengan pesaing Juji Coffee yaitu Titik Teduh café, Titik Teduh café ini berlokasi dekat dengan Juji Coffee serta Titik Teduh café ini memiliki target dan segmentasi pasar yang serupa dengan Juji Coffee yaitu masyarakat kelas menengah ke atas, kemudian melalui wawancara dengan konsumen Juji Coffee didapatkan informasi bahwa tempat yang sering dikunjungi selain Juji Coffee adalah Titik Teduh café, sehingga Titik Teduh café ini dapat ditetapkan sebagai kompetitor Juji Coffee. Titik Teduh café berdiri sejak tahun 2019 sehingga dapat disimpulkan bahwa penurunan pendapatan Juji Coffee ini bukan dikarenakan oleh pesaing yang baru muncul.

Benchmarking dengan pesaing ini dilakukan untuk mengetahui apakah penurunan pendapatan ini merupakan hal yang wajar terjadi pada industri *food and beverage* seperti *cafe*, namun Titik Teduh café tidak mengalami penurunan pendapatan yang serupa seperti yang dialami Juji Coffee, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penurunan pendapatan Juji Coffee dikarenakan terdapat permasalahan pada beberapa faktor yang menyebabkan turunnya pendapatan Juji Coffee. Menurut Sukmawati (2018), penjualan suatu *coffee shop* dapat menurun didasarkan pada kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Berdasarkan beberapa aspek tersebut, Juji Coffee memiliki perbedaan dengan Titik Teduh café dari daya saing harga yaitu Juji Coffee menetapkan harga yang lebih mahal untuk menu yang serupa jika dibandingkan dengan Titik Teduh café.

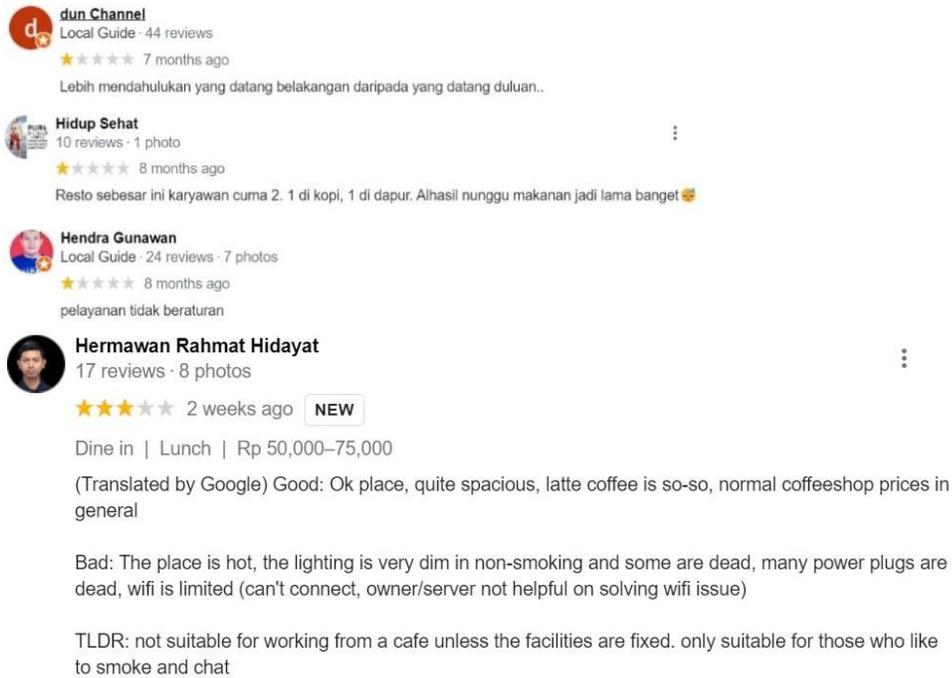
Berdasarkan wawancara dengan pemilik Juji Coffee, kerap kali pemilik Juji Coffee mendapatkan keluhan terkait ketidakpuasan konsumen seperti tidak ada pemisah antara *smoking area* dengan *nonsmoking area* sehingga konsumen yang tidak merokok merasa tidak nyaman jika harus ikut menghirup asap rokok, pelayanannya yang tidak jelas dan harus menunggu lama, ruangan yang panas dan kurang pencahayaan, wifi yang terbatas, menu yang kurang bervariasi, serta beberapa permasalahan lainnya. Pemilik Juji Coffee belum mengetahui secara pasti apakah keluhan yang disampaikan secara langsung oleh konsumen merupakan akar permasalahan yang menyebabkan menurunnya pendapatan Juji Coffee dalam setahun terakhir.

Selanjutnya dilakukan observasi mengenai beberapa ulasan dari konsumen yang pernah berkunjung ke Juji Coffee di beberapa platform seperti Zomato, Google, dan Pergikuliner. Observasi terkait *review* dan *rating* ini dilakukan pada bulan Agustus 2021. Berikut merupakan beberapa ulasan dari konsumen yang pernah berkunjung ke Juji Coffee di beberapa platform.



Gambar I.2 Ulasan konsumen pada *platform* Google terhadap Juji Coffee

Berdasarkan ulasan konsumen pada *platform* Google terhadap Juji Coffee, beberapa konsumen merasa puas terhadap Juji Coffee baik dari kualitas makanan dan minuman, *store atmosphere*, serta kualitas pelayanannya. Juji Coffee mendapatkan *rating* sebesar 4.5 / 5 pada Google, namun *rating* tersebut dinilai belum memuaskan oleh pemilik Juji Coffee dan pemilik Juji Coffee masih ingin meningkatkan *rating* dengan cara memperbaiki kualitas layanan, kualitas minuman & makanan, serta *store atmosphere* sehingga konsumen merasa semakin puas terhadap Juji Coffee. Sehingga perlu dicaritahu atribut apa saja yang menyebabkan konsumen merasa tidak puas, berikut akan dipaparkan beberapa keluhan konsumen.



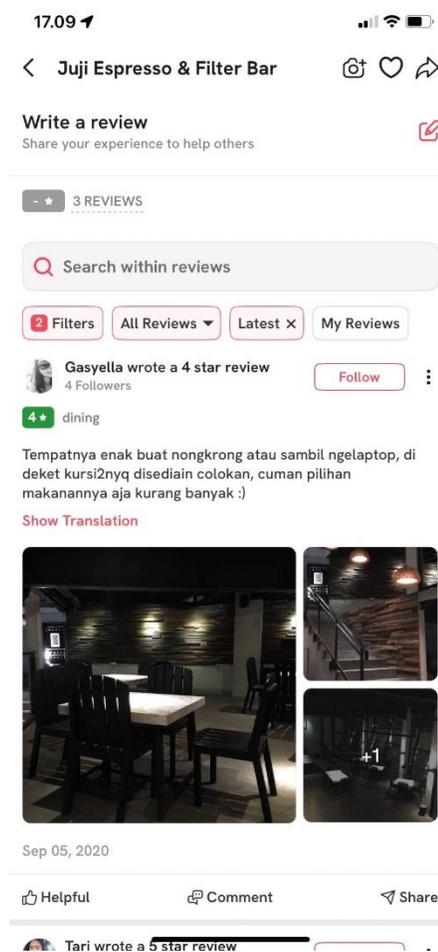
Gambar I.3 Keluhan konsumen pada platform Google terhadap Juji Coffee

Berdasarkan ulasan konsumen pada platform Google terhadap Juji Coffee, didapati bahwa beberapa konsumen menyampaikan keluhan atas ketidakpuasannya terhadap Juji Coffee. Ketidakpuasan konsumen terhadap Juji Coffee didasarkan pada beberapa atribut seperti kualitas pelayanan yang kurang baik, tempat yang kurang nyaman, serta konsumen menunggu terlalu lama. Kemudian akan dicaritahu rating Juji Coffee di platform Pergikuliner untuk mengetahui apakah Juji Coffee mendapatkan keluhan yang sama seperti di platform Google.



Gambar I.4 Rating Juji Coffee di Pergikuliner

Juji Coffee mendapatkan *rating* 3.4 / 5 pada *platform* Pergikuliner, *rating* tersebut lebih rendah jika dibandingkan dengan *rating* yang diperoleh pada *platform* Google. Mayoritas konsumen memberikan *rating* yang terburuk pada atribut pelayanan, kemudian disusul dengan atribut harga dengan rasa, serta kebersihan. Berbeda dengan ulasan konsumen pada *platform* Google yang mempermasalahkan tempat yang kurang nyaman karena tidak ada pemisah antara ruangan untuk merokok dengan ruangan untuk konsumen yang tidak merokok, pada Pergikuliner, atribut *store atmosphere* dinilai memuaskan konsumen. Selanjutnya akan dicaritahu ulasan konsumen pada *platform* lain seperti Zomato untuk mengetahui atribut apa lagi yang menyebabkan konsumen merasa tidak puas.



Gambar I.5 Ulasan pada *platform* Zomato terhadap Juji Coffee

Berdasarkan beberapa ulasan konsumen pada beberapa platform terhadap Juji Coffee, masih terdapat beberapa ulasan yang mengungkapkan ketidakpuasan konsumen terhadap Juji Coffee, beberapa konsumen mengeluhkan permasalahan tempat yang kurang nyaman bagi konsumen yang tidak merokok karena tempat yang bebas dari asap rokok ditempatkan di ujung dan sedikit gelap, terdapat juga konsumen yang mempermasalahkan pelayanannya yang lama dan tidak beraturan karena mendahulukan konsumen yang datang belakangan daripada konsumen yang datang duluan, terdapat konsumen yang mengeluhkan permasalahan pilihan makanan yang kurang bervariasi, dan masih terdapat banyak keluhan lagi seperti tempat berdebu di beberapa spot, jam buka yang tidak jelas, dan suhu ruangan yang panas.

Kemudian juga dilakukan wawancara dengan beberapa konsumen yang menyatakan tidak puas terhadap Juji Coffee. Berikut akan dipaparkan hasil wawancara terkait faktor-faktor yang menyebabkan konsumen merasa tidak puas terhadap Juji Coffee.

Tabel I.1 Alasan Responden Merasa Tidak Puas di Juji Coffee

No	Alasan	Jumlah Responden
1	Tempat yang kurang nyaman	8
2	Pelayanan yang kurang memuaskan	6
3	Area parkir yang kurang memadai	5
4	Kualitas rasa dari makanan / minuman	4
5	Harga yang terlalu mahal	4
6	Menu yang kurang bervariasi	3

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada konsumen, permasalahan utama yang dialami oleh Juji Coffee terletak pada area parkir yang kurang memadai, tempat yang kurang nyaman, dan pelayanan yang kurang memuaskan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat *gap* antara ekspektasi konsumen dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di Juji Coffee, konsumen memiliki ekspektasi bahwa Juji Coffee memiliki tempat yang nyaman namun keadaan sebenarnya adalah Juji Coffee memiliki ruangan yang sedikit panas, tidak ada pemisah antara ruangan *smoking* dengan *nonsmoking*, pelayanannya yang lama, sehingga beberapa konsumen merasa tidak puas karena adanya *gap*

antara harapan dengan realita nya. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan pada Juji Coffee untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Sejauh ini, pemilik Juji Coffee sudah melakukan beberapa upaya untuk menjawab keluhan konsumen sehingga kepuasan konsumen meningkat dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan Juji Coffee. Upaya tersebut yaitu dengan menambah jumlah karyawan pada Juji Coffee sehingga konsumen dapat dilayani dengan lebih cepat dan jelas. Selain itu, pemilik Juji Coffee pun sudah memperluas pasar nya dengan cara bekerja sama dengan GoJek yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan Juji Coffee.

Pemilik Juji Coffee ingin mengetahui faktor yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga Juji Coffee diharapkan dapat meningkatkan penjualannya kedepannya. Penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu faktor apa saja yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen di Juji Coffee dan diharapkan melalui penelitian ini mampu meningkatkan penjualan di Juji Coffee. Berdasarkan permasalahan yang sudah teridentifikasi, diperoleh rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Apa saja atribut yang tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada Juji Coffee ?
2. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diusulkan kepada Juji Coffee untuk meningkatkan kepuasan konsumen ?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian terhadap Juji Coffee ini terdapat beberapa batasan dan asumsi. Pembatasan masalah dan asumsi ini digunakan untuk meminimasi bias yang berpotensi terjadi pada penelitian ini. Diasumsikan tidak ada perubahan pelayanan kerja secara signifikan ataupun perbaikan dari pihak Juji Coffee sehingga masih dapat menggambarkan keadaan sebenarnya yang terjadi pada Juji Coffee. Batasan masalah adalah proses penelitian hanya sebatas pemberian usulan tanpa implementasi.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka ditentukan tujuan dilakukannya penelitian ini. Berikut ini merupakan tujuan penelitian terhadap Juji Coffee.

1. Mengetahui atribut yang tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada Juji Coffee.
2. Mengetahui usulan perbaikan yang paling tepat yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen di Juji Coffee.

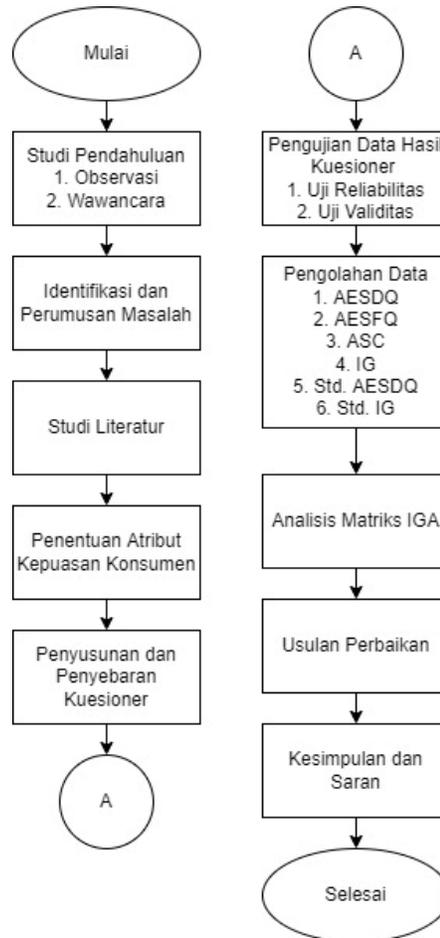
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak seperti pemilik Juji Coffee, dan bagi pembaca penelitian ini. Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memberikan solusi bagi pemilik Juji Coffee untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Memberikan referensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penyusunan hasil penelitian dan pengolahan data di Juji Coffee. Penelitian dilakukan berdasarkan langkah-langkah metodologi penelitian untuk memperoleh akar permasalahan yang tepat. Berikut ini akan dipaparkan gambar *flowchart* dari metodologi penelitian pada Juji Coffee.

Gambar I.6 *Flow Chart* Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Pada bagian ini ditentukan objek penelitian. Studi pendahuluan dilakukan pada Juji Coffee dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada konsumen maupun *owner*. Studi pendahuluan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada Juji Coffee.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Identifikasi dan perumusan masalah dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan, keluhan konsumen, dan dugaan penyebab permasalahan pada Juji Coffee.

3. Studi Literatur

Pada tahap studi literatur dilakukan pengumpulan dasar-dasar teori yang berhubungan dan mendukung penelitian agar penelitian berada di level akademisi dan semakin dapat diandalkan.

4. Penentuan Atribut Kepuasan Konsumen

Pada tahap ini akan dilakukan penentuan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Juji Coffee. Atribut penelitian diperoleh dari beberapa literatur yang terdahulu.

5. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Setelah menentukan atribut penelitian, akan dilakukan penyusunan kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang dipaparkan pada kuesioner ditujukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Juji Coffee. Setelah itu akan dilakukan penyebaran kuesioner yang telah dibuat kepada responden dengan jumlah sampel yang ditentukan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada konsumen Juji Coffee yang sedang berkunjung ke Juji Coffee ataupun kepada konsumen yang pernah mengunjungi Juji Coffee.

6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan tujuan untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh dapat dikatakan akurat dan layak untuk dilakukan pengolahan selanjutnya.

7. Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data yang valid dan reliabel, tahap selanjutnya akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode *Improvement Gap Analysis*. Dilakukan perhitungan *Average Expected Satisfaction with Functional Question*), *Average Expected Dissatisfaction with Dysfunctional Question*, dan *Average Current Satisfaction*, serta nilai *Improvement Gap* untuk mengetahui *gap* ketika kepuasan yang ditimbulkan ketika suatu atribut berfungsi tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Selanjutnya dilakukan pembuatan matriks IGA menggunakan nilai standarisasi AESDQ pada sumbu y dan nilai standarisasi IG pada sumbu x.

8. Analisis Matriks IGA

Pada tahap ini akan dilakukan analisis terhadap matriks IGA berdasarkan hasil pengolahan data. Hasil analisis bertujuan untuk mendapatkan atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan.

9. Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan diberikan terhadap atribut yang berada pada kuadran I hasil dari matriks IGA, karena atribut tersebut merupakan atribut prioritas untuk dilakukan perbaikan.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahapan terakhir dipaparkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang diberikan merupakan jawaban terhadap tujuan penelitian, kemudian saran yang diberikan akan ditujukan kepada pembaca ataupun peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas lima bab. Kelima bab tersebut mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan mengenai masing-masing bab pada laporan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I dibahas terkait latar belakang dilakukan penelitian tentang kepuasan konsumen pada Juji Coffee. Kemudian dilakukan identifikasi masalah untuk memperoleh perumusan masalah dan tujuan penelitian. Ditetapkan juga pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Kemudian dibahas terkait manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II akan dijelaskan mengenai tinjauan pustaka atau teori-teori menurut para ahli terkait dengan variabel, metode, teknik *sampling*, pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka ini digunakan untuk mendukung penelitian supaya data yang digunakan lebih dapat diandalkan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab III dibahas terkait pengumpulan data, pengolahan data, serta metode yang digunakan dan tahapan dalam mengolah data. Data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian data yang telah valid dan *reliable* akan diolah menggunakan metode *Improvement Gap Analysis*.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab IV akan dibahas mengenai hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan. Kemudian dari hasil analisis tersebut akan didapatkan usulan perbaikan berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen Juji Coffee.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V akan dibahas mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan ini akan menjawab tujuan penelitian yang sudah dijelaskan pada bab I. Kemudian terdapat saran yang ditujukan kepada pihak Juji Coffee, dan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa