

**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA KEDAI KOPI SE.KILAB**

SKRIPSI

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

Nama : Raihan Atdri Putra R

NPM : 6131801176



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

2023

USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA KEDAI KOPI SE.KILAB

SKRIPSI

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

Nama : Raihan Atdri Putra R

NPM : 6131801176



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Raihan Atdri Putra Ramadhan
NPM : 6131801176
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA KEDAI KOPI
SE.KILAB

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 10 Februari 2023
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Pembimbing 1

(Ir. Catharina B. Nawangpalupi, Ph.D.)

Pembimbing 2

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

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,
Nama : Raihan Atdri Putra Ramadhan
NPM : 6131801176

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA KEDAI KOPI
SE.KILAB

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, 12 Januari 2023



Raihan Atdri Putra Ramadhan
NPM : 6131801176

ABSTRAK

Se.Kilab adalah sebuah kedai kopi yang menjual berbagai minuman, khususnya olahan kopi yang baru memulai bisnisnya di tahun 2022. Namun sejak pembukaannya, peningkatan jumlah pelanggan Se.Kilab tidak signifikan dan terdapat banyak keluhan dari pelanggan kepada Se.Kilab atas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Berdasarkan wawancara dengan *stakeholder* Se.Kilab, didapatkan 17 atribut penelitian. Kemudian dilakukan pengolahan data dari kuesioner yang disebar ke 86 responden. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, didapatkan penyisihan atribut menjadi 14 atribut penelitian. Selanjutnya, pengolahan data menggunakan metode IGA menghasilkan 2 atribut yang memiliki prioritas perbaikan pertama dan 4 atribut sebagai prioritas kedua. Terdapat 9 usulan perbaikan yang diberikan untuk Se.Kilab yaitu penambahan alas permukaan busa dan bantal, pemasangan pengganjal kaki meja, pembuatan tabel rincian takaran bahan untuk tiap minuman, memasang kipas angin gantung, memasang pengharum ruangan, pemasangan hiasan-hiasan pada dinding, pemberian penjelasan pada tiap nama minuman, penambahan gambar tampak minuman, dan pembuatan aturan *shift* bekerja.

ABSTRACT

Se.Kilab is a coffee shop that sells various drinks, mainly processed coffee, which has just started its business in 2022. However, since its opening, the increase in the number of Se.Kilab customers have been insignificant, and there have been many complaints from customers to Se.Kilab for the services provided. Therefore, this study aims to increase customer satisfaction. This study uses the Improvement Gap Analysis (IGA) method. Based on interviews with Se.Kilab stakeholders, 17 research attributes were obtained. Then data processing was carried out from questionnaires distributed to 86 respondents. After conducting validity and reliability tests, the allowance for attributes was obtained into 14 research attributes. Furthermore, data processing using the IGA method produces two attributes as the first improvement priority and four attributes as the second priority. There were nine proposed improvements for Se.Kilab, namely adding foam surface mats and cushions, installing table legs, making detailed dosage tables for each drink, installing ceiling fans, installing air fresheners, installing decorations on the walls, providing explanations on each drink name, adding a picture of the glass, and making shift rules work.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya, skripsi dengan judul “Usulan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada kedai Kopi Se.Kilab” berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam bentuk kritik, saran dan bantuan lainnya yang diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Ibu Ir.Catharina B. Nawangpalupi, Ph.D dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memimbing penulis dalam seluruh rangkaian penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Y. M. Kinley Aritonang, Ph.D. dan Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal dan penguji skripsi yang telah membantu memberikan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan semangat dan selalu mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Para pemilik kedai kopi Se.Kilab selain saya yaitu Yeremia Djohan, Theofilus Calvin, Daniel Matthew, dan Giovani Abel yang selalu memberikan semangat seperjuangan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Para teman-teman Se.People yang senantiasa selalu menghibur penulis saat proses penyusunan skripsi.
6. Nasha Putri Kowara yang selalu memberikan dukungan, masukan, dan selalu mengingatkan penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Serta berbagai pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini dan memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja ataupun yang tidak disengaja. Maka dari itu, segala kritik dan saran

yang membangun akan sangat diterima dengan senang hati. Penulis berharap dengan adanya penelitian “Usulan Peningkatan Kepuasan pelanggan Pada Kedai Kopi Se.Kilab” dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan maupun penelitian yang dilakukan selanjutnya.

Bandung, 12 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be the initials 'Rlw'.

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| ABTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | I-1 |
| I.1 Latar Belakang | I-1 |
| I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | I-6 |
| I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian | I-11 |
| I.4 Tujuan Penelitian | I-11 |
| I.5 Manfaat Penelitian | I-12 |
| I.6 Metodologi Penelitian | I-12 |
| I.7 Sistematika Penulisan | I-15 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | II-1 |
| II.1 Jasa..... | II-1 |
| II.2 Kualitas Jasa | II-2 |
| II.3 Kepuasan Pelanggan | II-3 |
| II.4 Kuesioner | II-4 |
| II.5 Wawancara | II-4 |
| II.6 Metode <i>Improvement Gap Analysis (IGA)</i> | II-5 |
| BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | III-1 |
| III.1 Atribut Penelitian | III-1 |
| III.2 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner..... | III-4 |
| III.2.1 Penyusunan Kuesioner | III-5 |
| III.2.2 Penyebaran Kuesioner..... | III-9 |
| III.3 Pengolahan Data..... | III-9 |
| III.3.1 Demografi Responden | III-10 |

| | | |
|--|--|-------------|
| III.3.2 | Uji Validitas | III-14 |
| III.3.3 | Uji Reliabilitas | III-19 |
| III.3.4 | <i>Improvement Gap Analysis</i> | III-20 |
| BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN..... | | IV-1 |
| IV.1 | Analisis Penentuan Atribut Penelitian | IV-1 |
| IV.2 | Analisis Deskriptif Demografi Responden..... | IV-3 |
| IV.3 | Analisis Hasil Pengujian Kuesioner | IV-5 |
| IV.4 | Analisis Hasil Pemetaan Matriks IGA | IV-6 |
| IV.5 | Usulan Perbaikan | IV-12 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | V-1 |
| V.1 | Kesimpulan | V-1 |
| V.2 | Saran | V-2 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------|---|--------|
| Tabel I.1 | Rekapitulasi Keluhan Pelanggan..... | I-7 |
| Tabel III.1 | Referensi Atribut Jurnal 1 | III-1 |
| Tabel III.2 | Referensi Atribut Jurnal 2..... | III-2 |
| Tabel III.3 | Atribut Penelitian Kedai Kopi Se.Kilab..... | III-3 |
| Tabel III.4 | Rekapitulasi Pertanyaan ESFQ, ESDQ, ACS..... | III-8 |
| Tabel III.5 | Rekapitulasi Demografi Responden | III-14 |
| Tabel III.6 | Rekapitulasi Nilai <i>Loading Factor</i> Atribut..... | III-17 |
| Tabel III.7 | Rekapitulasi Atribut Uji Validitas..... | III-18 |
| Tabel III.8 | Hasil Uji Reliabilitas Data Kepuasan Pelanggan | III-19 |
| Tabel III.9 | Rekapitulasi Hasil Perhitungan AESFQ, AESDQ, ACS, dan IG... | III-21 |
| Tabel III.10 | Rekapitulasi Hasil Perhitungan Std. IG dan Std. AESDQ | III-22 |
| Tabel III.11 | Rekapitulasi Kuadran dan Atribut..... | III-24 |
| Tabel IV.1 | Rincian Takaran Bahan Se.Ipok Caramel | IV-17 |
| Tabel IV.2 | Aturan <i>shift</i> Pelayan..... | IV-23 |
| Tabel IV.3 | Hasil Rekapitulasi Usulan Perbaikan | IV-23 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|--|--------|
| Gambar I.1 | Keadaan Se.Kilab | I-3 |
| Gambar I.2 | Grafik Pendapatan Cup Se.Kilab..... | I-5 |
| Gambar I.3 | Persentase Keinginan Pelanggan Kembali..... | I-9 |
| Gambar I.4 | Metodologi Penelitian | I-13 |
| Gambar I.4 | Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> | II-7 |
| Gambar III.1 | <i>Pie Chart</i> Data Jenis Kelamin Responden..... | III-10 |
| Gambar III.2 | <i>Pie Chart</i> Data Rentang Usia Responden | III-11 |
| Gambar III.3 | <i>Pie Chart</i> Data Pekerjaan Responden..... | III-12 |
| Gambar III.4 | <i>Pie Chart</i> Data Frekuensi Berkunjung Responden | III-12 |
| Gambar III.5 | <i>Pie Chart</i> Data Tujuan Utama Responden | III-13 |
| Gambar III.6 | <i>Latent Variable</i> 5 Dimensi Atribut | III-16 |
| Gambar III.7 | Hasil Pemetaan Matriks IGA | III-23 |
| Gambar IV.1 | Fasilitas Kursi dan Meja Kayu Se.Kilab..... | IV-7 |
| Gambar IV.2 | Dinding Putih Meja Bar | IV-11 |
| Gambar IV.3 | Dinding Putih Kosong Se.Kilab | IV-11 |
| Gambar IV.4 | Kursi Kayu Se.Kilab | IV-13 |
| Gambar IV.5 | Desain Alas Permukaan Kursi | IV-14 |
| Gambar IV.6 | Contoh Bantal Kursi Kayu Panjang | IV-14 |
| Gambar IV.7 | Meja Kayu Kecil Se.Kilab..... | IV-16 |
| Gambar IV.8 | Pengganjal Kaki Meja | IV-16 |
| Gambar IV.9 | Kipas Angin Gantung..... | IV-19 |
| Gambar IV.10 | Lokasi Kipas Angin Gantung..... | IV-19 |
| Gambar IV.11 | Pengharum Ruangan..... | IV-20 |
| Gambar IV.12 | Dekorasi Hiasan Dinding | IV-21 |
| Gambar IV.13 | Menu Se.Kilab | IV-22 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|-----|
| LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian..... | A-1 |
|--------------------------------------|-----|

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pertama pada penelitian ini berisikan pendahuluan dari sebuah penelitian yang dilakukan. Pada awal bab akan diisi oleh latar belakang dari permasalahan yang didapatkan berdasarkan studi literatur. Setelah latar belakang masalah sudah diketahui, akan dilakukan identifikasi dan perumusan masalah. Selanjutnya akan dilakukan penentuan batasan dan asumsi penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang

Setelah pemerintah mulai melonggarkan peraturan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), dampak yang dihasilkan adalah tingginya antusiasme masyarakat dalam beraktivitas diluar rumah. Hal ini membuat munculnya bisnis-bisnis makanan dan minuman baru khususnya kedai kopi atau *coffee shop*. *Coffee shop* merupakan suatu tempat yang menjual berbagai minuman, khususnya menu olahan kopi. *Coffee shop* sendiri hanya memiliki fokus penyajian menu yang berbasis minuman dan tidak berfokus dalam penyajian makanan ringan maupun makanan berat. Dengan menu yang disajikan tersebut, *coffee shop* dapat menjadi tempat bagi seseorang yang ingin bekerja, belajar, dan bersantai menghabiskan waktu diluar sendiri maupun bersama teman. Banyaknya *coffee shop* yang ada membuat masing-masing *coffee shop* harus memiliki ciri khas yang dapat membuat ketertarikan pelanggan yang ingin datang meningkat. Oleh karena itu *coffee shop* tidak hanya mementingkan dalam menjual minuman dan makanannya saja, tetapi juga mementingkan konsep *coffee shop* yang disajikan kepada pelanggannya seperti dari segi estetika, suasana, dan fasilitasnya. Ketiga faktor tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk memilih *coffee shop* yang akan dikunjunginya.

Saat ini, semakin banyak juga berbagai *coffee shop* yang berlomba untuk menjadi *coffee shop* yang paling diminati pelanggan. Salah satu cara yang bisa menjadi acuan untuk mengukur *coffee shop* mana yang menjadi kriteria bagi

pelanggan adalah melihat dari sisi kualitas jasa yang diberikan oleh *coffee shop* tersebut. Menurut Kotler & Amstrong (2017) jasa adalah aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Sedangkan menurut Heizer & Render (2014) jasa adalah kegiatan ekonomi yang biasanya menghasilkan produk tidak berwujud (seperti pendidikan, hiburan, penginapan, pemerintah, keuangan, dan layanan kesehatan). Menurut Tjiptono (2012) kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Secara garis besar, kualitas jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan suatu produk tak berwujud untuk menghasilkan ekspektasi kepuasan dari pelanggannya.

Salah satu *coffee shop* yang baru memulai bisnisnya adalah Se.Kilab, Se.Kilab adalah *coffee shop* dengan skala kecil yang bertempat di Jalan Rancabentang I No.12, Ciumbuleuit, Kecamatan Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat. Se.Kilab baru mulai beroperasi pada tanggal 15 Juni 2022 dengan jam operasional dari jam 11.00 sampai dengan jam 22.00 dari hari senin sampai hari sabtu. Se.Kilab bertempat di sebuah ruko kecil di *food court* OBC dengan mempunyai kapasitas 4 meja (2 meja besar dan 2 meja kecil) untuk estimasi pelanggan sebanyak 17 sampai 20 orang. Sebagai *coffee shop* Se.Kilab tidak hanya menawarkan minuman dengan varian kopi saja, Se.Kilab juga menawarkan berbagai varian minuman non kopi dari mulai teh, susu, hingga minuman rasa soda. Dengan skala *coffee shop* yang terhitung kecil tersebut, menu minuman dari Se.Kilab dijual dengan kisaran harga dari 8 ribu hingga 18 ribu. Harga tersebut ditetapkan oleh Se.Kilab dengan pertimbangan lokasi Se.Kilab yang bertempat di belakang Universitas Katolik Parahyangan, lokasi tersebut adalah lokasi yang strategis bagi mahasiswa untuk singgah saat memiliki waktu luang saat kuliah. Oleh karena itu, harga yang diberikan untuk setiap minuman yang ada di Se.Kilab berada di kisaran harga 8 ribu hingga 18 ribu untuk menarik minat untuk datang bagi mahasiswa karena harga minuman yang terjangkau.



Gambar I.1 Keadaan Se.Kilab

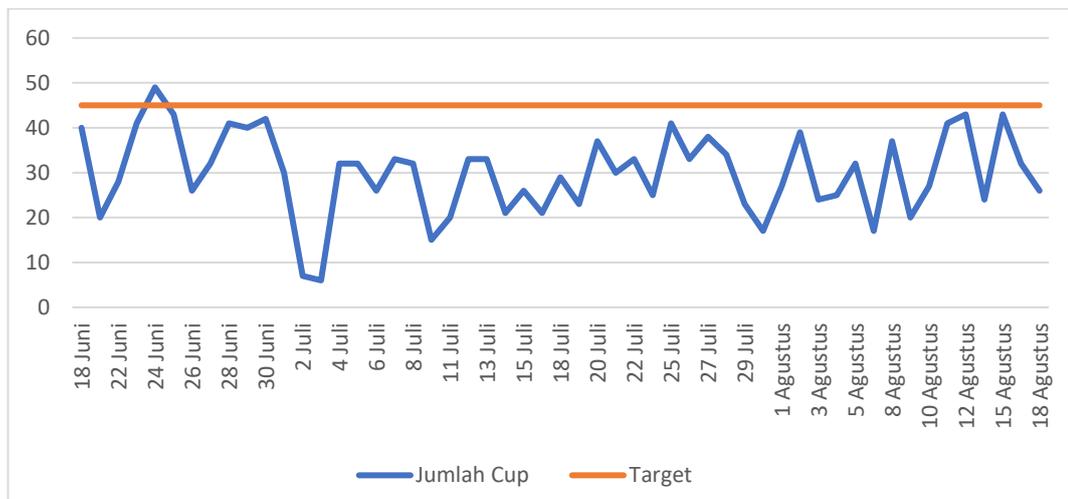
Pada Gambar I.1 di atas, terlihat bahwa kondisi atau keadaan dari *coffee shop* Se.Kilab. Posisi dari meja bar yang ada di Se.Kilab pada bagian ujung kanan adalah untuk bagian pemesanan minuman lalu semakin menuju bagian kiri meja bar adalah untuk bagian pembuatan minuman serta pada ujung meja bar kiri terdapat mesin kopi dan *grinder* nya. Alur pelayanan yang diberikan oleh Se.Kilab adalah dengan pelanggan memesan di kasir dan minuman yang dipesan nanti akan diantarkan ke meja pelanggan. Untuk sistem pembayaran yang dijalankan Se.Kilab sudah terdapat berbagai metode pembayaran seperti *cash*, *transfer bank*, dan kode QRIS untuk berbagai dompet digital.

Pada bulan pertama Se.Kilab beroperasi, hasil penjualan yang didapatkan belum memuaskan karena target yang ditetapkan per harinya tidak dapat tercapai dengan baik. Target penjualan yang ditetapkan oleh Se.Kilab adalah menghasilkan minuman per harinya sebanyak 45 *cup*. Se.Kilab juga harus menyisihkan keuntungannya untuk membayar biaya tagihan bergulir per bulannya seperti sewa tempat, listrik, keamanan, kebersihan, dan biaya tagihan lainnya. Terlebih lagi pada bulan kedua hasil penjualan minuman di Se.Kilab tetap menghasilkan penjualan yang kurang lebih sama dengan bulan sebelumnya,

penjualan *cup* per harinya berada di kisaran 30 sampai 31 *cup*. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Se.Kilab, pemilik merasa bahwa pelanggan yang sudah datang ke Se.Kilab masih belum merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh Se.Kilab.

Berdasarkan lokasi Se.Kilab yang berada di dalam kawasan OBC *food court* dan terletak tepat di belakang Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Se.Kilab menetapkan target pasar untuk para pelanggannya adalah mayoritas mahasiswa UNPAR. Penetapan target ini berdasarkan dengan kemudahan akses bagi mahasiswa untuk berkunjung ke OBC dari gedung saat mahasiswa tersebut sedang melaksanakan kuliah di kawasan UNPAR. Alasan Se.Kilab menetapkan target pasarnya adalah mahasiswa UNPAR ini didukung dengan kehadiran Se.Kilab yang berada di belakang UNPAR memudahkan mahasiswa yang tidak mempunyai tempat tunggu jika jadwal mahasiswa tersebut terdapat selang waktu dari kelas sebelumnya ke kelas selanjutnya. Dengan bantuan pihak pengembangan wirausaha dan *tenant* inkubator dari UNPAR, Se.Kilab mulai mempromosikan kehadirannya kepada mahasiswa-mahasiswa UNPAR yang sangat berdampak pada awal pembukaan dari Se.Kilab yang banyak didatangi oleh mahasiswa UNPAR. Setelah pembukaan awal Se.Kilab beroperasi, pelanggan yang mengunjungi Se.Kilab tidak pernah mencapai target kembali.

Se.Kilab telah menyediakan layanan untuk berbagai pilihan order pesanan melalui beberapa *platform* seperti pesan langsung datang ke tempat *dine in* atau *takeaway* dan juga layanan antar pesanan (*delivery*) khusus daerah Ciumbuleuit. Lokasi Se.Kilab yang berada di daerah Ciumbuleuit atau di belakang suatu kampus ini juga mendukung tempat yang strategis untuk dinikmati masyarakat khususnya mahasiswa. Berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari pemilik Se.Kilab, rata-rata target penjualan *cup* yang ditetapkan oleh Se.Kilab perharinya pada bulan pertama dan kedua tidak mencapai target *cup* perharinya. Berikut merupakan grafik pendapatan *cup* perharinya.



Gambar I.2 Grafik Pendapatan Cup Se.Kilab

Berdasarkan grafik pada Gambar I.2 di atas, terlihat bahwa hasil penjualan dari dua bulan Se.Kilab mulai beroperasi masih belum mencapai targetnya dan masih menunjukkan pola yang abstrak antara kenaikan maupun penurunan pada hasil penjualan perharinya. Pemilik Se.Kilab mengaku masih belum mengetahui secara pasti penyebab dari penjualan yang masih belum memenuhi target yang diinginkan. Berdasarkan pernyataan dari pemilik Se.Kilab, usaha yang dilakukan oleh Se.Kilab untuk meningkatkan penjualannya sudah dilakukan dengan cara melakukan promosi media sosial di berbagai platform seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Se.Kilab juga sudah melakukan inovasi dari segi menu untuk menambahkan unsur makanan dengan bekerja sama bersama *tenant* lain di dalam lingkup OBC yaitu dengan kedai Om Hayuk membuat promo *bundling* makanan dan minuman dengan harga yang lebih murah. Akan tetapi usaha-usaha tersebut masih belum bisa meningkatkan penjualan dalam memenuhi targetnya.

Faktor yang bisa mempengaruhi rendahnya penjualan adalah masih adanya masalah atau kekurangan pada Se.Kilab, sehingga perlu dilakukan perbaikan dari layanan Se.Kilab untuk menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan dan mencapai targetnya. Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan saat berkunjung ke Se.Kilab dan berdasarkan pernyataan pemilik juga, banyak pelanggan yang sudah pernah datang ke Se.Kilab pada awal pembukaannya tetapi tidak datang kembali untuk mengunjungi Se.Kilab. Pernyataan tersebut juga mendukung dugaan bahwa permasalahan yang menyebabkan penurunan pendapatan yang dialami oleh Se.Kilab adalah berdasarkan

pelanggan yang tidak terpuaskan dalam kunjungan ke Se.Kilab dan tidak ingin mengunjungi Se.Kilab kembali. Untuk mengetahui kesan yang didapatkan oleh pelanggan, perlu dilakukan suatu kuesioner kepada beberapa pelanggan yang pernah berkunjung ke Se.Kilab.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting untuk penjualan Se.Kilab karena dengan tingginya tingkat kepuasan terhadap pelayanan, maka semakin tinggi juga tingkat kedatangan pelanggan untuk mengunjungi Se.Kilab kembali. Menurut Kotler & Armstrong (2017) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Berdasarkan referensi tersebut, kepuasan pelanggan adalah respon terpuaskan atau tidaknya dari pelanggan terkait dengan hasil pelayanan yang telah dilakukan. Belum tercapainya kepuasan pelanggan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti dari fasilitas, kenyamanan, kebersihan, pelayanan, dan rasa minuman yang ditawarkan oleh Se.Kilab.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan, dibuat pengumpulan data awal seperti pembuatan kuesioner yang mengumpulkan keluhan yang merugikan pelanggan dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan saat mengunjungi Se.Kilab. Berdasarkan kuesioner yang telah dibuat, kuesioner ini bertujuan untuk melihat apa saja keluhan yang dimiliki oleh beberapa pelanggan yang pernah berkunjung ke Se.Kilab. Kuesioner yang diberikan akan berisi beberapa pertanyaan seperti apakah responden merasa terpuaskan setelah mengunjungi Se.Kilab, bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Se.Kilab, bagaimana kondisi fasilitas yang disediakan oleh Se.Kilab, bagaimana kondisi suasana saat berada di Se.Kilab, bagaimana rasa minuman yang disajikan oleh Se.Kilab, dan apa saran dari pelanggan untuk perbaikan pelayanan Se.Kilab. Kuesioner ini akan didarkan ke 20 responden secara *random* yang akan menjawab masing-masing pertanyaan yang telah diberikan. Selain itu untuk menambah informasi tentang keluhan pelanggan akan dilakukan wawancara secara langsung kepada pelanggan yang datang ke Se.Kilab sebanyak 5 responden. Wawancara langsung yang dilakukan kepada 5 responden dan kuesioner yang diisi oleh 20 responden akan menghasilkan informasi yang lebih banyak dan akurat lagi terkait keluhan yang dialami oleh pelanggan setelah mengunjungi Se.Kilab. Setelah kuesioner tersebut

diedarkan ke 20 responden dan melakukan wawancara langsung ke 5 responden, didapatkan bahwa 19 responden merasa tidak puas setelah mengunjungi Se.Kilab dan 6 responden mengatakan puas setelah mengunjungi Se.Kilab.

Tabel I.1 Rekapitulasi Keluhan Pelanggan

| Keluhan | Jumlah |
|--|--------|
| Pelayan kurang interaktif dalam menjelaskan menu | 5 |
| Tempat yang terlalu sempit | 14 |
| Fasilitas yang kurang ergonomis | 11 |
| Menu yang tersedia kurang bervariasi | 10 |
| Tempat yang kurang bersih | 5 |
| Tidak adanya <i>smoking area</i> | 6 |
| Terlalu banyak kebisingan dari luar | 15 |
| Tempat yang tidak sejuk | 7 |
| Pencahayaan yang terlalu redup | 3 |
| Rasa minuman tidak sesuai ekspektasi pelanggan | 2 |

Berdasarkan Tabel I.1 di atas dari 19 responden yang telah didapatkan, terdapat 10 keluhan yang menjadi faktor dari pelanggan merasa tidak terpuaskan. Keluhan yang paling besar berdasarkan jumlah jawaban responden yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan adalah terlalu banyak suara kebisingan dari area luar Se.Kilab, keluhan tersebut dikeluhkan sebanyak 15 responden. Suara kebisingan ini disebabkan oleh suara kendaraan bermotor yang masuk atau terdengar sampai ke dalam ruangan Se.Kilab dan suara orang yang bermain olahraga, hal tersebut dapat terjadi karena lokasi Se.Kilab yang terletak di pinggir jalan dan sebelah lapangan serbaguna di wilayah OBC. Se.Kilab juga masih berkonsep dengan ruangan yang terbuka atau semi tertutup yang mengakibatkan suasana yang ada di Se.Kilab terlalu ramai dan bising.

Keluhan kedua paling terbesar adalah kondisi tempat yang terlalu sempit, keluhan tersebut dikeluhkan sebanyak 14 responden. Untuk masalah ini disebabkan oleh kondisi terdapat tata letak antar meja dan kursi yang terlalu berdekatan sehingga menyebabkan pergerakan saat pelanggan berada di meja kurang leluasa dan nyaman. Permasalahan tersebut diikuti dengan keluhan ketiga terbesar dari 11 responden yaitu fasilitas untuk pelanggan yang kurang ergonomis. Keluhan tersebut disebabkan oleh beberapa bentuk desain kursi yang tidak terdapat sandaran bagi pelanggan untuk mengistirahatkan punggungnya, adapun

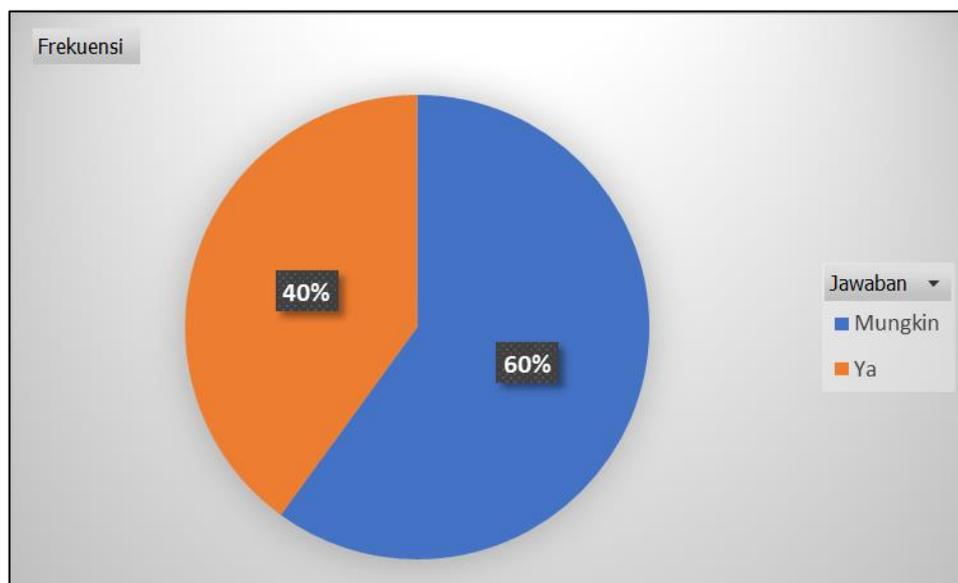
kursi yang terdapat sandaran tetapi tidak bisa membuat pelanggan merasa nyaman untuk bersandar.

Keluhan keempat adalah dari variasi menu Se.Kilab yang kurang bervariasi, keluhan tersebut dikeluhkan sebanyak 10 responden. Keluhan ini disebabkan oleh tidak terdapatnya menu selain minuman seperti makanan ringan yang diinginkan oleh beberapa pelanggan karena kebanyakan pelanggan datang untuk menghabiskan waktu di Se.Kilab dengan minuman dan makanan ringan sebagai pendampingnya. Keluhan selanjutnya adalah suasana tempat Se.Kilab yang tidak sejuk, keluhan tersebut dikeluhkan sebanyak 7 responden dikarenakan Se.Kilab belum menyediakan alat penyejuk seperti kipas angin atau *air conditioner* sehingga beberapa pelanggan merasa tidak ada angin jika suasana sedang panas dari luar. Keluhan selanjutnya adalah tidak adanya *smoking area*, keluhan tersebut dikeluhkan sebanyak 6 responden yang merasa terganggu oleh asap rokok dari pelanggan Se.Kilab lainnya dikarenakan tidak adanya pembatas antara ruang perokok dengan yang tidak. Terdapat empat keluhan dengan jumlah responden paling sedikit seperti keluhan fasilitas tempat yang kurang bersih dikeluhkan sebanyak 5 responden, keluhan pelayan kurang interaktif dalam menjelaskan menu sebanyak 5 responden, keluhan pencahayaan terlalu redup dikeluhkan sebanyak 3 responden, dan keluhan rasa minuman yang tidak sesuai ekspektasi pelanggan dikeluhkan sebanyak 2 responden.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi responden tersebut, dilakukan kembali wawancara terhadap pemilik Se.Kilab untuk memastikan keluhan yang dialami oleh pelanggan mengenai kualitas pelayanan dari Se.Kilab. Pemilik mengatakan bahwa memang benar adanya atas keluhan-keluhan yang dialami oleh pelanggan tersebut berdasarkan dengan apa yang terjadi secara langsung oleh pelayanan Se.Kilab. Pemilik mengakui bahwa memang Se.Kilab adalah *coffee shop* yang baru beroperasi dua bulan dan masih belum memperhatikan unsur-unsur kecil terkait fasilitas yang ada demi kenyamanan pelanggannya. Pemilik mengatakan bahwa dikarenakan proses pembukaan Se.Kilab yang sedikit terburu-buru mengakibatkan pemilik lalai untuk memperhatikan tingkat ergonomis yang akan diterima oleh pelanggan seperti pada beberapa meja dan kursi yang digunakan Se.Kilab masih menggunakan fasilitas dari pihak OBC *food court*. Dari segi kebersihan, Se.Kilab sudah menetapkan jadwal untuk melakukan pembersihan area dan peralatan pada setiap jam buka dan jam tutup operasional

tetapi karena keterbatasan pekerja yang hanya dua orang membuat kinerja untuk membersihkan agak terlambat seperti saat ada pelanggan datang para pekerja agak sedikit terlambat untuk membersihkan meja pelanggan sebelumnya.

Terlepas dari semua keluhan yang dimiliki oleh Se.Kilab, pemilik mengatakan akan berusaha sebaik mungkin untuk memperbaiki kesalahan dan berusaha meminimalisir kesalahan yang akan terjadi kembali. Pemilik menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan akan kembali meningkatkan layanan yang diberikan oleh Se.Kilab agar terciptanya kepuasan pelanggan. Pemilik ingin mendapatkan pelanggan yang loyal dalam mengunjungi Se.Kilab dengan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan, karena kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan yang diberikan akan memberi dampak yang baik terkait hasil penjualan yang ditargetkan oleh Se.Kilab. Berdasarkan hasil kuesioner terdapat pertanyaan yang ditujukan kepada responden terkait apakah mereka akan kembali lagi berkunjung ke Se.Kilab. Tetapi, jawaban yang diterima masih menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa terpuaskan oleh kualitas layanan dan masih ragu untuk kembali lagi berkunjung ke Se.Kilab. Berikut merupakan hasil persentase kemungkinan pelanggan akan berkunjung kembali ke Se.Kilab.



Gambar 1.3 Persentase Keinginan Pelanggan Kembali

Berdasarkan hasil persentase kemungkinan pelanggan akan berkunjung kembali ke Se.Kilab, didapatkan bahwa persentase pelanggan yang menjawab mungkin atau masih ragu untuk mengunjungi kembali lebih banyak dibandingkan

dengan yang ingin kembali lagi. Terdapat 60% pelanggan yang masih ragu dan 40% pelanggan yang ingin kembali lagi berkunjung ke Se.Kilab. Hasil tersebut menunjukkan ketidakpuasan pelanggan terkait kualitas layanan yang diberikan Se.Kilab dapat mempengaruhi hasil penjualan yang akan mendatang jika pelanggan yang datang ke Se.Kilab tidak mau kembali datang lagi. Menurut (Lovelock & Wright, 2005) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki arti sebuah awalan penjual dalam membeli loyalitas dan bertahannya seorang pelanggan yang bertujuan untuk menguntungkan suatu perusahaan. Terdapat juga pengertian lain mengenai kepuasan pelanggan menurut (Kotler & Keller, Marketing Management, 2012) yaitu kesan yang diterima oleh pelanggan adalah sebuah hasil dari kinerja atau hasil produk yang dapat mempengaruhi harapan pelanggan. Berdasarkan pengertian tersebut, Hasil penjualan yang meningkat dapat dihasilkan dari suatu kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan ini dapat dihasilkan dari suatu kualitas layanan yang baik juga.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah ditemukan, perlu dilakukan suatu upaya untuk menjawab permasalahan terkait kualitas layanan yang akan menimbulkan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan peneliti akan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) untuk menentukan prioritas atribut apa saja yang akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Menurut (Tontini & Piccolo, 2010) metode IGA dapat digolongkan atribut dalam suatu matriks yang dapat menghasilkan susunan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode IGA dipilih karena sebagai penyempurnaan dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang memperbaiki atribut tanpa mempertimbangkan faktor kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode IGA ini diharapkan mampu untuk menghasilkan perbaikan bagi atribut yang memiliki fungsi buruk dan juga dapat mengevaluasi atribut yang memiliki fungsi yang sudah baik dan akan dibuat lebih baik lagi berdasarkan dengan hasil jawaban pertanyaan yang melihat skala kepuasan pelanggan terkait atribut yang ada. Berikut ini merupakan rumusan masalah yang dibuat berdasarkan identifikasi masalah yang dimiliki oleh Se.Kilab.

1. Atribut apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Se.Kilab?
2. Bagaimana prioritas atribut yang mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan di Se.Kilab berdasarkan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)?

3. Usulan apa saja yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Se.Kilab?

I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada subbab ini dibahas mengenai batasan masalah dan asumsi yang digunakan dari penelitian yang dilakukan. Batasan dalam perumusan masalah ini dilakukan untuk membatasi penelitian agar dapat mencakup data yang sesuai dengan ruang lingkup penelitian yang dilakukan dan tidak menambahkan data yang tidak diperlukan. Asumsi penelitian digunakan untuk memberikan suatu pernyataan jelas terkait beberapa hal yang kompleks untuk membantu penelitian agar tidak terhambat. Berikut merupakan batasan masalah yang dibuat.

1. Penelitian ini menggunakan data responden yang pernah berkunjung ke Se.Kilab.
2. Usulan perbaikan yang dihasilkan akan diuji dalam penerapannya selama beberapa waktu dan dilakukan evaluasi untuk perbaikan tersebut.

Setelah menentukan batasan masalah untuk penelitian ini, berikut merupakan asumsi penelitian yang ditetapkan pada penelitian.

1. Kondisi dan kebijakan dari Se.Kilab tidak mengalami perubahan selama proses penelitian berlangsung.
2. Biaya dan sumber daya lain yang dibutuhkan untuk usulan perbaikan dalam penelitian dianggap tersedia.

I.4 Tujuan Penelitian

Pada subbab ini dibahas mengenai tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Tujuan penelitian dibuat untuk membantu tercapainya target penyelesaian dalam penelitian. Tujuan penelitian ini akan menjawab poin-poin yang terdapat di rumusan masalah yang telah dibuat. Berikut merupakan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

1. Mengetahui atribut apa saja yang mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan di Se.Kilab.
2. Membuat susunan prioritas atribut yang mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan di Se.Kilab.
3. Memberi usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Se.Kilab.

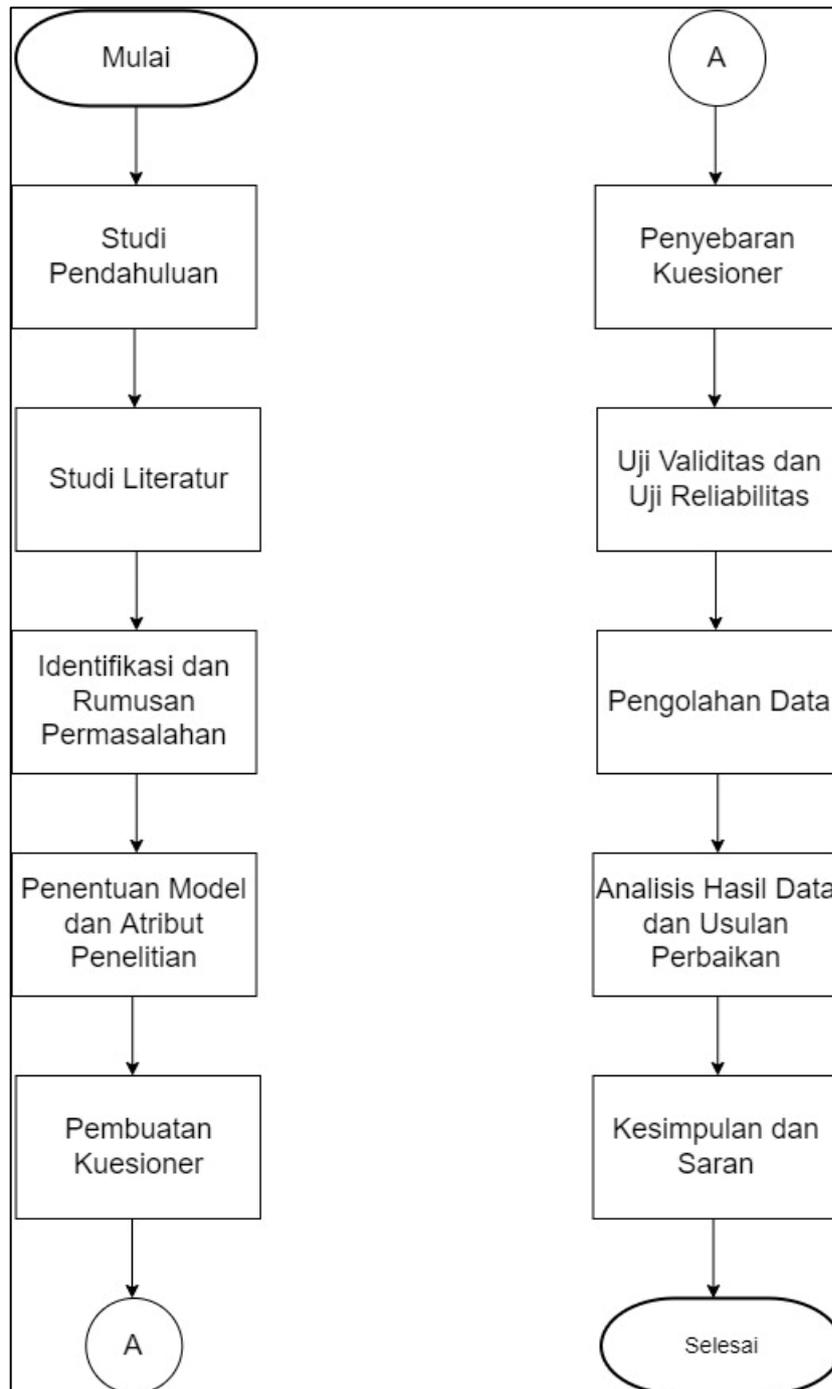
I.5 Manfaat Penelitian

Pada subbab ini dibahas mengenai manfaat dari dilakukannya penelitian ini. Penelitian yang dilakukan ini diharapkan akan memberi manfaat untuk pihak yang berhubungan dengan penelitian seperti peneliti, perusahaan yang diteliti, dan pembaca yang melihat penelitian ini. Berikut merupakan beberapa manfaat penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat untuk peneliti dengan dilakukannya penelitian ini adalah dapat mempelajari lebih dalam mengenai kualitas jasa tentang kepuasan pelanggan dengan menerapkan metode yang akan membantu menyelesaikan permasalahan dan menghasilkan suatu usulan perbaikan yang berguna dalam penelitian ini.
2. Manfaat untuk perusahaan yang diteliti dengan adanya penelitian ini adalah dapat mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menerima usulan perbaikan yang dapat digunakan untuk evaluasi perusahaan dalam meningkatkan target penjualan.
3. Manfaat untuk pembaca dengan hasil penelitian ini adalah dapat menjadi bahan pembelajaran yang berguna dan juga sebagai referensi untuk pembaca apabila pembaca ingin melakukan penelitian serupa di waktu yang akan datang.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini dibahas mengenai metodologi penelitian yang dilakukan. Metodologi penelitian ini akan memberikan langkah-langkah pengerjaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara sistematis dan berurutan. Metodologi penelitian ini berisikan tentang awal penelitian dari mulai studi pendahuluan, studi literatur, pengolahan data, analisis data, dan kesimpulan yang dapat diambil. Berikut ini merupakan metodologi penelitian yang telah dibuat:



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan studi pendahuluan seperti melakukan observasi langsung ke tempat objek penelitian dan melakukan wawancara awal dengan pemilik objek penelitian yang bersangkutan.

2. Studi Literatur

Tahap selanjutnya setelah melakukan studi pendahuluan, peneliti melakukan studi literatur mengenai teori apa saja yang akan digunakan berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan untuk melanjutkan penelitian.

3. Identifikasi dan Rumusan Permasalahan

Setelah melakukan dua tahap sebelumnya, peneliti menentukan identifikasi dan rumusan permasalahan berdasarkan pengamatan yang dilakukan di objek penelitian.

4. Penentuan Model dan Atribut Penelitian

Dengan hasil yang didapatkan pada ketiga tahap sebelumnya, peneliti dapat menentukan model metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) dan atribut apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkait objek penelitian.

5. Pembuatan Kuesioner

Pembuatan kuesioner ini dibuat berdasarkan hasil atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk mengetahui performansi masing-masing atribut dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

6. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner akan disebarluaskan kepada pelanggan yang mengunjungi objek penelitian dengan bertujuan mendapatkan hasil yang akan digunakan dalam pengujian metode penelitian.

7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Setelah mendapatkan hasil responden kuesioner, dilakukan uji validitas untuk menentukan apakah data yang digunakan sudah valid atau tidak dalam sebuah penelitian. Dilakukan juga uji reliabilitas untuk menguji apakah data tersebut dapat diandalkan atau tidak.

8. Pengolahan Data

Data yang sudah di uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) yang akan menghasilkan matriks susunan atribut.

9. Analisis Hasil Data dan Usulan Perbaikan

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis hasil data matriks metode IGA untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan performansi atribut. Setelah itu akan dibuat juga usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

10. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan penentuan saran yang diberikan bagi pembaca sebagai bahan acuan untuk perbaikan di penelitian selanjutnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada subbab ini diberikan penjelasan mengenai pembahasan yang akan dilakukan di setiap bab pada penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari lima bab yang berisikan pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, dan kesimpulan dan saran. Lima bab tersebut akan dijelaskan dengan pembagian pembahasan pada setiap babnya untuk memudahkan pembahasan tersebut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya terdapat juga identifikasi dan perumusan masalah yang ditentukan pada penelitian ini. Lalu, terdapat juga penentuan batasan dan asumsi penelitian dan juga tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan. Bab ini akan diakhiri dengan pembahasan metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini membahas mengenai berbagai teori dari para ahli yang akan dijadikan acuan atau dasar dalam melakukan penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori jasa, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, kuesioner, wawancara, dan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada studi literatur dari beberapa jurnal terpercaya.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab pengumpulan dan pengolahan data ini membahas mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian. Pada proses pertama adalah pengumpulan data penelitian yaitu atribut kepuasan terpilih yang akan digunakan dalam penyebaran kuesioner. Setelah penyebaran kuesioner kepada responden akan didapatkan data yang bisa digunakan sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. Data-data yang didapatkan akan diuji validitas dan reliabilitas, apabila data sudah menunjukkan sebagai data yang valid dan *reliable* maka data akan diolah lebih lanjut menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Bab analisis dan usulan perbaikan ini membahas mengenai analisis hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari analisis demografi responden, analisis uji validitas dan uji reliabilitas, analisis kepuasan pelanggan saat ini, dan analisis metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Setelah melakukan analisis terhadap pengolahan data yang dibuat, akan dilakukan juga analisis terhadap faktor permasalahan yang menyebabkan kendala permasalahan dari kedai kopi Se.Kilab dan juga pada bagian akhir akan ada analisis terhadap usulan perbaikan yang akan dirancang untuk memperbaiki permasalahan yang ada di kedai kopi Se.Kilab.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran ini membahas mengenai beberapa kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan yang dibuat akan menjawab permasalahan dari rumusan masalah yang ada pada bagian sebelumnya. Pada bab ini juga diberikan saran yang ditujukan pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya serta kepada pembaca yang akan melakukan penelitian serupa.