

**USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN  
PELANGGAN PADA RENJANA TITIK KUMPUL  
MENGUNAKAN METODE *CUSTOMER  
SATISFACTION INDEX (CSI) DAN METODE  
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS (IGA)***

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Kristian Kurnia Gunardi**

**NPM : 6131801140**



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

**2022**

***PROPOSED EFFORT TO INCREASE CUSTOMER  
SATISFACTION AT RENJANA TITIK KUMPUL  
USING CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)  
AND IMPROVEMENT GAP ANALYSIS METHODS  
(IGA)***

**SKRIPSI**

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

**Disusun oleh:**

**Nama : Kristian Kurnia Gunardi**

**NPM : 6131801140**



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

**2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Kristian Kurnia Gunardi  
NPM : 6131801140  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN  
PADA RENJANA TITIK KUMPUL MENGGUNAKAN METODE  
*CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)* DAN METODE  
*IMPROVEMENT GAP ANALYSIS (IGA)*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 19 Agustus 2022

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

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

Pembimbing

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)

## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Kristian Kurnia Gunardi

NPM : 6131801140

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA  
RENJANA TITIK KUMPUL MENGGUNAKA METODE *CUSTOMER  
SATISFACTION INDEX (CSI)* DAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS  
(IGA)*”**

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, 27 Juli 2022



Kristian Kurnia

NPM: 61311801140

## ABSTRAK

Kedai kopi merupakan sebuah tempat yang menjual menu minuman berbahan dasar kopi dan makanan ringan. Saat ini, pelanggan kedai kopi memiliki ekspektasi lebih terhadap suatu kedai kopi. Keinginan pengunjung kedai kopi kini tidak hanya muncul dikarenakan rasa dan aroma kopi, melainkan lebih kepada mencari kehidupan sosial pada suatu kedai kopi. Renjana Titik Kumpul merupakan salah satu *coffee shop* yang memiliki konsep *industrial* yang terletak di Kota Tangerang dari tahun 2021. Setelah melakukan identifikasi awal, diduga bahwa terdapat banyak keluhan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul yang menyebabkan belum tercapainya target penjualan. Penelitian dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Kemudian penelitian menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Setelah melakukan wawancara kepada *stakeholder* kedai kopi, diperoleh 19 atribut akhir. Wawancara dilakukan dengan menanyakan hal penting dan pembeda yang harus dimiliki oleh suatu kedai kopi yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kemudian dilakukan pengolahan data terhadap 103 data. Hasil dari pengolahan data metode CSI menunjukkan bahwa nilai kepuasan pelanggan Renjana Titik Kumpul saat ini cukup baik. Kemudian diperoleh 6 atribut kepuasan yang menjadi prioritas perbaikan yaitu suasana *coffee shop*, koneksi internet, keterawatan fasilitas, ketersediaan stop kontak, suhu ruangan, dan kenyamanan ruangan. Berdasarkan 6 atribut yang menjadi prioritas perbaikan diperoleh 12 buah akar permasalahan dan 9 buah usulan perbaikan. Kesembilan usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul antara lain adalah menutup pintu utama *coffee shop*, menyediakan *speaker* & memutar lagu yang tenang, memasang *wifi* dengan kecepatan yang baik & berkapasitas besar, melakukan *general cleaning* & pemeliharaan fasilitas berkala, membuat jadwal piket harian, instruksi dalam melakukan piket, & *briefing* berkala, penambahan jumlah stop kontak di sekitar area *coffee shop*, penggantian jenis kipas angin pada area *indoor*, penambahan jumlah kipas angin, & penyediaan kanopi lipat pada area *outdoor*.

## **ABSTRACT**

*Coffee shop is a place that sells a menu of coffee-based drinks and snacks. As time goes by, coffee shop customers put more expectations of a coffee shop. The desire of coffee shop customers now does not only arise because of the taste and aroma of coffee, but also to seek social life in a coffee shop. Renjana Titik Kumpul is a coffee shop with industrial concept located in Kota Tangerang. Renjana Titik Kumpul established since 2021. After initial identification, there is some assumption that many customer complaints at Renjana Titik Kumpul have caused sales target has not been achieved. This study was conducted to measure the level of customer satisfaction at Renjana Titik Kumpul using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. Then this research uses the Improvement Gap Analysis (IGA) method to increase the level of customer satisfaction. After conducting interviews with coffee shop stakeholders, 19 final attributes were obtained for further data processing. Interviews were conducted by asking what would be important in a coffee shop and differentiating things that must be owned by a coffee shop that can provide satisfaction for customers. 103 data that had been obtained from respondents will be processed. After processing the data, results of the CSI method show that the current satisfaction of Renjana Titik Kumpul's customer is quite good. The result of data processing with IGA method that have been carried out show that there are 6 attributes of satisfaction that are priority improvement which are coffee shop ambience, internet connection, facilities maintenance, power socket availability, room temperature, and room comfortness. These 6 priority improvement have 12 root problems and produce 9 proposed improvements. The nine proposed improvement plans given to increase customer satisfaction at Renjana Titik Kumpul include remain the coffee shop's main door closed, provide speaker and playing calming songs, installing wifi with good connection speed and large capacity, conducting general cleaning and periodic facility maintenance, making daily picket schedule, picket instructions, and periodic briefing, increasing the number of power socket around the coffee shop, changing the type of fan in the indoor area, increasing the number of fans, and lastly providing a folding canopy in the outdoor area.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya, skripsi dengan judul “Usulan Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Renjana Titik Kumpul Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)” berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari beberapa pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam bentuk bimbingan, kritik, saran dan bantuan lainnya. Penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dalam seluruh rangkaian penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal dan penguji skripsi yang telah membantu memberikan masukan kepada penulis terkait dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Zikri selaku pemilik dari Renjana Titik Kumpul yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada Renjana Titik Kumpul dan membantu menyediakan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
4. Kedua orang tua dan kakak penulis yang senantiasa memberikan semangat dan selalu mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Gabriella Victoria Darmawan yang selalu memberikan dukungan, masukan, dan selalu mengingatkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Seluruh teman-teman dari Grup LALALA 18 yang selalu menghibur penulis dalam proses penyusunan skripsi.

7. Jojo, Inez, Gregi, dan Tasya yang selalu memberikan masukan terkait penyusunan skripsi ini dan membantu dalam melakukan simulasi seminar.
8. 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 bila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Maka dari itu, segala kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan rendah hati. Penulis berharap dengan adanya penelitian “Usulan Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Renjana Titik Kumpul Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)” dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

Bandung, 27 Juli 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>i</b>     |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | <b>ii</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | <b>iii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>v</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>vii</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | <b>xi</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                      | <b>I-1</b>   |
| I.1 Latar Belakang Masalah .....                                    | I-1          |
| I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....                        | I-4          |
| I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....                     | I-10         |
| I.4 Tujuan Penelitian.....  | I-11         |
| I.5 Manfaat Penelitian.....   | I-11         |
| I.6 Metodologi Penelitian .....                                     | I-12         |
| I.7 Sistematika Penulisan .....                                     | I-14         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                                | <b>II-1</b>  |
| II.1 <i>Coffee shop</i> .....                                       | II-1         |
| II.2 Kualitas Layanan.....  | II-2         |
| II.3 Kepuasan Pelanggan .....                                       | II-3         |
| II.4 Metode-Metode Pengukuran dan Evaluasi Kepuasan Pelanggan ..... | II-4         |
| II.4.1 Metode <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA) .....           | II-5         |
| II.4.2 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....     | II-9         |
| II.4.3 Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....         | II-10        |
| II.4.4 Metode Kano.....   | II-12        |
| II.5 Metode Pengumpulan Data .....                                  | II-13        |
| II.6 Teknik <i>Sampling</i> .....                                   | II-14        |
| II.7 Skala Pengukuran .....   | II-15        |
| II.8 Uji Validitas .....  | II-18        |
| II.9 Uji Reliabilitas .....   | II-19        |
| <b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....                | <b>III-1</b> |
| III.1 Atribut Penelitian .....                                      | III-1        |

|                              |   |             |
|------------------------------|---|-------------|
| III.2                        | Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner.....    | III-7       |
| III.3                        | Pengolahan Data .....                       | III-12      |
| III.3.1                      | Profil Responden.....                       | III-13      |
| III.3.2                      | Uji Validitas.....                          | III-18      |
| III.3.3                      | Uji Reliabilitas.....                       | III-24      |
| III.3.4                      | <i>Customer Satisfaction Index</i> .....    | III-25      |
| III.3.5                      | <i>Improvement Gap Analysis</i> .....       | III-28      |
| <b>BAB IV</b>                | <b>ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>   | <b>IV-1</b> |
| IV.1                         | Analisis Penentuan Atribut Penelitian ..... | IV-1        |
| IV.2                         | Analisis Profil Responden.....              | IV-2        |
| IV.3                         | Analisis Hasil Pengujian Kuesioner .....    | IV-4        |
| IV.4                         | Analisis Pengolahan Metode CSI .....        | IV-8        |
| IV.5                         | Analisis Pengolahan Matriks IGA .....       | IV-9        |
| IV.5.1                       | Analisis Kuadran I Matriks IGA .....        | IV-9        |
| IV.5.2                       | Analisis Kuadran II Matriks IGA .....       | IV-13       |
| IV.5.3                       | Analisis Kuadran III Matriks IGA .....      | IV-14       |
| IV.5.4                       | Analisis Kuadran IV Matriks IGA.....        | IV-17       |
| IV.6                         | Usulan Perbaikan.....                       | IV-19       |
| <b>BAB V</b>                 | <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>            | <b>V-1</b>  |
| V.1                          | Kesimpulan .....                            | V-1         |
| V.2                          | Saran.....                                  | V-2         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>        |   |             |
| <b>LAMPIRAN</b>              |   |             |
| <b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> |   |             |

## DAFTAR TABEL

|   |        |
|---|--------|
| Tabel I.1 Rekapitulasi Alasan Pelanggan Merasa Tidak Puas .....                         | I-7    |
| Tabel II.1 Kriteria Tingkat Kepuasan .....  | II-12  |
| Tabel III.1 Rekapitulasi Hasil Wawancara .....  | III-2  |
| Tabel III.2 Atribut Kepuasan Pelanggan Terpilih.....                                    | III-7  |
| Tabel III.3 Rekapitulasi Pertanyaan ESFQ, ESDQ, dan ACS .....                           | III-10 |
| Tabel III.4 Rekapitulasi Pertanyaan Bagian Kepentingan.....                             | III-11 |
| Tabel III.5 Rekapitulasi Profil Responden .....   | III-17 |
| Tabel III.6 Hasil Perhitungan KMO MSA .....   | III-19 |
| Tabel III.7 Hasil <i>Anti-image Correlation Matrice</i> .....                           | III-19 |
| Tabel III.8 Hasil Pengolahan Data <i>Total Variance Explained</i> .....                 | III-21 |
| Tabel III.9 <i>Hasil Rotated Component Matrix</i> .....                                 | III-22 |
| Tabel III.10 Daftar Pengelompokan Atribut .....   | III-23 |
| Tabel III.11 Hasil Uji Reliabilitas Data Kepuasan Pelanggan .....                       | III-25 |
| Tabel III.12 Rekapitulasi nilai MIS, MSS, WF, dan WS Seluruh Atribut .....              | III-26 |
| Tabel III.13 Rekapitulasi Hasil Perhitungan <i>AESFQ, AESDQ, ACS, dan IG</i> ... III-29 |        |
| Tabel III.14 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Std. IG dan Std. AEDQ .....                 | III-30 |
| Tabel III.15 Rekapitulasi Kuadran dan Atribut.....                                      | III-31 |
| Tabel IV.1 Contoh Jadwal Piket Karyawan .....   | IV-28  |
| Tabel IV.2 Instruksi Membersihkan Area <i>Coffee shop</i> .....                         | IV-29  |
| Tabel IV.3 Instruksi Membersihkan Area Toilet.....                                      | IV-30  |
| Tabel IV.4 Instruksi Melakukan <i>General Cleaning</i> .....                            | IV-30  |
| Tabel IV.5 Hasil Rekapitulasi Akar Permasalahan dan Usulan Perbaikan.....               | IV-37  |



## DAFTAR GAMBAR

|  |        |
|--|--------|
| Gambar I.1 Grafik Jumlah <i>Cup</i> Terjual Bulan Oktober 2021 - Februari 2022 ..... | I-3    |
| Gambar I.2 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....                              | I-12   |
| Gambar II.1. Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> .....                           | II-8   |
| Gambar III.1 Grafik Jumlah Atribut Kumulatif .....                                   | III-6  |
| Gambar III.2 <i>Pie Chart</i> Data Jenis Kelamin Responden.....                      | III-14 |
| Gambar III.3 <i>Pie Chart</i> Data Usia Responden .....                              | III-14 |
| Gambar III.4 <i>Pie Chart</i> Data Pekerjaan Responden .....                         | III-15 |
| Gambar III.5 <i>Pie Chart</i> Data Frekuensi Berkunjung Responden.....               | III-16 |
| Gambar III.6 <i>Pie Chart</i> Data Tujuan Datang Responden .....                     | III-16 |
| Gambar III.7 <i>Pie Chart</i> Data Responden Datang Bersama Siapa.....               | III-17 |
| Gambar III.8 Hasil Pemetaan Matriks IGA .....  | III-31 |
| Gambar IV.1 Kondisi Pintu Utama <i>Coffee shop</i> .....                             | IV-22  |
| Gambar IV.2 Penahan Pintu Hidrolik Usulan .....                                      | IV-23  |
| Gambar IV.3 Kondisi fasilitas saat ini .....   | IV-26  |
| Gambar IV.4 Meja tanpa colokan .....   | IV-32  |
| Gambar IV.5 Kipas angin area <i>indoor</i> .....                                     | IV-34  |
| Gambar IV.6 Contoh Kipas Angin .....   | IV-35  |
| Gambar IV.7 Area <i>Outdoor</i> Saat Ini .....                                       | IV-36  |
| Gambar IV.8 Contoh Kanopi Lipat.....   | IV-37  |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran A Kuesioner Penelitian .....                         | A-1 |
| Lampiran B Data Hasil Kuesioner .....                         | B-1 |
| Lampiran C Hasil <i>Anti-Image Correlation Matrices</i> ..... | C-1 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab pertama dalam penelitian ini akan berisikan pendahuluan yang akan dijadikan dasar dilakukannya penelitian ini. Bagian pertama yang akan dibahas adalah latar belakang masalah yang didapat berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti. Setelah mengetahui latar belakang masalah, selanjutnya akan dilakukan identifikasi dan perumusan masalah. Kemudian, akan dilakukan penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

*Coffee shop* atau kedai kopi merupakan suatu tempat yang menawarkan dan menjual minuman khususnya olahan kopi untuk para pelanggan yang berkunjung ke tempatnya. Pada Indonesia, umumnya, *coffee shop* tidak hanya menjual minuman tetapi juga menjual makanan ringan maupun makanan berat. *Coffee shop* atau kerap disebut kedai kopi merupakan salah satu destinasi utama yang digunakan oleh kaum pelajar dan pekerja untuk berkumpul bersama. Tidak hanya berkumpul bersama dengan teman, banyak aktivitas lain yang biasa dilakukan oleh pelanggan *coffee shop* mulai dari belajar, mengerjakan tugas, bertemu kolega atau *client*, sampai dengan melakukan *meeting* dengan rekan kerja. Daya jual dari suatu *coffee shop* di Indonesia tidak hanya berasal dari minuman atau makanan yang ditawarkan kepada pelanggan, melainkan desain dan fasilitas yang disediakan untuk para pelanggan yang hendak mengunjungi *coffee shop*. Desain bangunan dan fasilitas yang ditata sedemikian rupa untuk memberikan kenyamanan serta kecantikan dari *coffee shop* kerap kali menjadi salah satu dari banyak kriteria untuk memilih *coffee shop* tujuan bagi banyak orang.

Bisnis *coffee shop* yang sedang menjamur di seluruh daerah Indonesia ini menjadikan para pelaku usaha melihat adanya peluang, dan berlomba-lomba mendirikan *coffee shop* dengan konsepnya masing-masing. *Coffee shop* merupakan usaha yang tidak hanya menawarkan produk melainkan juga

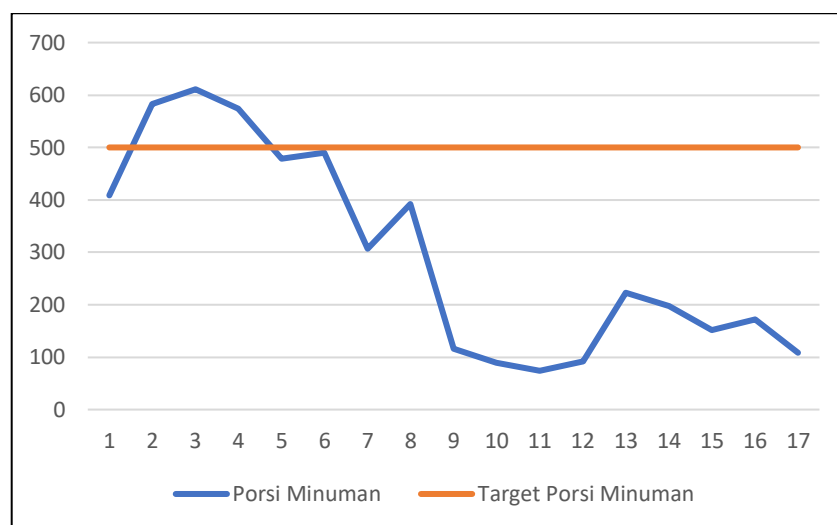


menawarkan jasa. Jasa adalah aktivitas atau runtutan aktivitas yang melibatkan interaksi langsung dengan manusia ataupun mesin yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan untuk konsumen (Lehtinen, 2006). Menurut Kotler dan Keller (2014), jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan dari pihak ke pihak yang bersifat tidak berwujud atau *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan bagi penerimanya. Berdasarkan definisi dari jasa yang mana hal ini terdapat pada sebuah *coffee shop*, maka dibutuhkan kontrol agar kualitas jasa dari sebuah *coffee shop* dapat dikatakan baik. Menurut Fandy Tjiptono (2012), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan cara pengelolaan keunggulan yang dimiliki untuk memenuhi keinginan konsumen.

Renjana Titik Kumpul merupakan *coffee shop* yang terletak di Jalan Taman Golf Boulevard HG 5 No. 21, Kota Modern, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Renjana Titik Kumpul merupakan *coffee shop* yang telah berdiri sejak Bulan Oktober 2021 dengan jam operasional dari jam 1 siang sampai dengan jam setengah 10 malam setiap harinya. Renjana Titik Kumpul menawarkan beragam jenis minuman dan makanan. Menu minuman yang ditawarkan *coffee shop* ini beragam mulai dari variasi minuman yang mengandung kopi sampai dengan varian minuman non-kopi. Menu makanan yang ditawarkan Renjana Titik Kumpul juga tergolong bervariasi mulai dari sate taichan, berbagai dimsum, cemilan seperti kentang goreng, bakso, dan roti bakar, dan paket cemilan lainnya. Menu makanan dan minuman yang dijual oleh Renjana Titik Kumpul dibandrol dengan kisaran harga 5 ribu rupiah sampai 40 ribu rupiah.

Renjana Titik Kumpul memiliki bangunan dengan jenis desain modern kontemporer dengan tema industrial terlihat dari kombinasi unsur semen, beton, dan batu bata yang digunakan pada bangunan. Renjana Titik Kumpul merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di kawasan Modernland yang dimana pada kawasan ini terdapat beberapa *coffee shop* yang telah ada sebelumnya. *Coffee shop* yang berlokasi di daerah Tangerang ini dapat menampung sampai dengan 200 pelanggan. Tidak hanya *coffee shop* yang telah berdiri sebelum Renjana Titik Kumpul, pada kawasan Banjar Wijaya yang diberlokasi kurang lebih 1 kilometer dari lokasi Renjana Titik Kumpul, terdapat beberapa pembangunan *coffee shop* baru yang dimana hal ini akan menjadikan semakin banyak kompetitor yang harus dihadapi oleh Renjana Titik Kumpul.

Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) tingkat 2 yang ditetapkan oleh pemerintah daerah Jawa-Bali pada bulan Oktober 2021 merupakan momentum baik bagi berdirinya Renjana Titik Kumpul. Hal ini dikatakan momentum yang baik dikarenakan pada penerapan PPKM level 2, terdapat kelonggaran bagi para pelaku bisnis *F&B* atau *Food & Beverage* dapat kembali menerima tamu untuk *dine in*. Pendapatan Renjana Titik Kumpul pada bulan pertama cukup memuaskan dengan pengunjung yang datang melebihi jumlah ekspektasi dari pemilik. Pencapaian ini dipercaya merupakan hasil dari promosi yang dilakukan pada masa awal pembukaan *coffee shop* dan dukungan dari teman dan keluarga terdekat yang datang. Akan tetapi, pada awal Bulan November, jumlah pengunjung yang datang ke *coffee shop* Renjana Titik Kumpul mengalami penurunan. Belum tercapainya target pada Bulan November membuat pemilik berpikir bahwa harus memikirkan upaya selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut ditampilkan gambar grafik penjualan *cup* dari Bulan Oktober 2021 sampai dengan Bulan Februari 2022.



Gambar I.1 Grafik Jumlah *Cup* Terjual Bulan Oktober 2021 - Februari 2022

Pada Gambar I.1 yang telah ditampilkan di atas dapat dilihat grafik jumlah *cup* terjual dari minggu pertama sampai dengan minggu ke-17. Pada minggu pertama, Renjana Titik Kumpul dapat menjual 409 porsi minuman dan terus meningkat sampai pada minggu ketiga. Titik tertinggi penjualan Renjana Titik Kumpul adalah pada minggu ketiga yang dimana *coffee shop* ini dapat menjual 611 porsi minuman. Penjualan setiap minggunya menunjukkan grafik yang fluktuatif

dan cenderung menurun. Titik terendah dari penjualan minuman pada Renjana Titik Kumpul berada pada minggu ke-11 yaitu sebanyak 74 porsi minuman. Berdasarkan penjualan bulan pertama, pemilik dapat menentukan target penjualan yakni sebanyak 500 porsi minuman per minggunya. Melihat dari target penjualan yang telah ditetapkan oleh pemilik dan data penjualan, dapat disimpulkan bahwa target penjualan belum tercapai. Pemilik telah melakukan berbagai macam cara untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa masalah yang dapat menyebabkan belum tercapainya target penjualan bukan berasal dari strategi pemasaran melainkan dari kepuasan pelanggan yang belum terwujudkan oleh Renjana Titik Kumpul.

Berdasarkan masalah yang terjadi, pemilik menyatakan bahwa beliau melakukan pemasaran melalui *social media* Instagram dan TikTok. Upaya pemberlakuan promo dan pemasaran melalui *social media* yang terus dilakukan sampai dengan saat ini masih belum bisa membuahkan hasil yakni tercapainya target penjualan setiap bulannya. Meninjau dari keluhan yang dimiliki oleh pemilik *coffee shop* dan dengan segala upaya yang telah dilakukan, masih terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi sumber masalah dalam operasional. Faktor-faktor yang menjadi kendala ini dapat membuat belum terciptanya kepuasan yang diterima oleh pelanggan setelah berkunjung dan menikmati produk dari Renjana Titik Kumpul. Kepuasan pelanggan menjadi hal penting yang harus diperhatikan karena ketika pelanggan menerima kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa, kepercayaan pelanggan terhadap Renjana Titik Kumpul akan terbentuk. Sehingga, perbaikan terhadap masalah atau kendala yang terdapat pada Renjana Titik Kumpul harus segera diatasi agar dapat meningkatkan penjualan hingga tercapainya target penjualan.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan data yang dihasilkan dari wawancara bersama pemilik dari Renjana Titik Kumpul, diketahui bahwa penjualan dari Renjana Titik Kumpul tidak stabil dan cenderung mengalami penurunan sehingga belum tercapainya target penjualan tiap bulannya. Titik terendah dari penjualan Renjana Titik Kumpul adalah pada Bulan Desember 2021. Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya

masalah dalam upaya pemenuhan kepuasan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni dari orang lain, dan strategi pemasaran. Kualitas produk yang ditawarkan dan dijual oleh Renjana Titik Kumpul adalah produk yang dihasilkan dari bahan baku yang memiliki kualitas baik. Faktor selanjutnya adalah kualitas pelayanan, Renjana Titik Kumpul memiliki 4 orang pegawai yang bekerja pada hari Senin sampai Jumat dan 5 orang pegawai yang bekerja pada hari Sabtu dan minggu yang dapat membantu proses pelayanan untuk pelanggan. Penentuan harga untuk menu minuman dan makanan oleh pemilik sudah memperhatikan dari segi harga bahan baku yang digunakan dan kompetisi harga yang ada pada sekitar Renjana Titik Kumpul agar bisa tetap bersaing dengan kompetitornya. Ketiga faktor ini membantu terwujudnya faktor keempat yakni pengalaman belanja yang menyenangkan yang didapat pelanggan setelah mengunjungi tempat usaha.

Kedua faktor terakhir adalah faktor yang dimanfaatkan oleh pemilik Renjana Titik Kumpul untuk menjangkau pelanggan baru. Salah satu contoh penerapan faktor testimoni dari orang lain yang telah dilakukan oleh Renjana Titik Kumpul adalah menampilkan lokasi *coffee shop* di Google Maps sehingga orang yang telah berkunjung dapat melakukan penilaian dan ulasan mengenai pengalaman yang didapat pengunjung. Langkah ini juga merupakan salah satu faktor strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pemilik dari Renjana Titik Kumpul. Selain melakukan pemasaran dari Google Maps, pemilik juga telah melakukan pemasaran melalui beberapa media sosial yaitu Instagram dan TikTok. Pada media sosial Instagram, Renjana Titik Kumpul menyebarkan foto-foto dari suasana dan lokasi *coffee shop*, foto makanan dan minuman, hingga para pelanggan yang sedang berkunjung. Sama seperti Instagram, pemilik juga melakukan pemasaran melalui aplikasi TikTok dimana pemilik menyebarkan video dari suasana, alamat, cara memesan, menu favorit, harga dari makanan dan minuman, serta penerapan protokol kesehatan yang diterapkan pada masa pandemi ini.

Mengingat adanya pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia, protokol kesehatan menjadi salah satu hal penting yang harus diterapkan oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan rasa aman bagi calon pengunjung. Renjana Titik

Kumpul juga menerima pembayaran non fisik atau pembayaran *cashless*, sehingga pembayaran dapat dilakukan menggunakan kartu debit dan *scan QR* selain pembayaran tunai. Pada masa pandemi ini juga banyak masyarakat yang membeli makanan ataupun minuman melalui *platform* digital seperti Grab dan Gojek. Cara ini banyak digunakan karena para pelanggan dapat memesan makanan atau minuman dari restoran atau café terpilih dari mana saja dan diantar sampai ke alamat tempat pelanggan memesan produk tersebut. Oleh karena itu, untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi, Renjana Titik Kumpul telah bekerjasama dengan perusahaan Grab untuk memudahkan pelanggannya dalam memesan dan menikmati produk yang dijual Renjana Titik Kumpul.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik *coffee shop* yang telah dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran dan penetapan harga tidak menjadi masalah menurunnya penjualan yang dialami Renjana Titik Kumpul. Sehingga penelitian lebih lanjut terkait kepuasan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul harus dilakukan untuk mengetahui akar permasalahan yang ada agar dapat kembali meningkatkan penjualan. Wawancara dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap beberapa pengunjung dan penyebaran *online questionnaire* dengan menggunakan Google Form. Wawancara yang dilakukan terhadap pelanggan berisikan beberapa pertanyaan terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan *coffee shop* Renjana Titik Kumpul. Pada penyebaran *online questionnaire*, pemilik memberikan bantuan dengan cara meminta bantuan teman-temannya yang pernah mengunjungi Renjana Titik Kumpul untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah dirancang peneliti. Melalui bantuan dari pemilik, didapatkan sebanyak 34 responden yang telah mengisi kuesioner yang dirancang dengan tujuan mengetahui apa hal yang menjadi masalah utama tidak terciptanya kepuasan pelanggan pada *coffee shop* Renjana Titik Kumpul.

Kuesioner yang telah dirancang berisikan tentang pertanyaan apakah responden mengetahui *coffee shop* Renjana Titik Kumpul atau tidak, darimana responden mengetahui Renjana Titik Kumpul, apakah responden pernah berkunjung atau tidak, berapa kali responden pernah mengunjungi Renjana Titik Kumpul, dan apakah mereka merasa puas setelah mengunjungi Renjana Titik Kumpul serta alasannya. Berdasarkan 34 respon pelanggan yang telah mengisi kuesioner, didapat bahwa 31 responden menyatakan mereka mengetahui

Renjana Titik Kumpul dan 3 lainnya menjawab tidak mengetahui. Dari 31 responden yang menjawab telah mengetahui Renjana Titik Kumpul, 14 orang mengetahui *coffee shop* tersebut dikarenakan mereka melihat sendiri keberadaan Renjana Titik Kumpul, 10 responden mengetahui dari *social media*, dan 7 orang lainnya mengetahui dari orang lain. 18 dari 28 responden yang pernah mengunjungi Renjana Titik Kumpul menyatakan mereka hanya pernah 1 kali mengunjungi *coffee shop* tersebut dan 10 responden lainnya pernah berkunjung sebanyak 2 sampai 5 kali. Berdasarkan pertanyaan terkait kepuasan, 21 responden menyatakan bahwa mereka tidak puas dan 7 lainnya menyatakan puas setelah mengunjungi Renjana Titik Kumpul. Kemudian, responden yang menyatakan tidak puas dengan kunjungan Renjana Titik Kumpul mengatakan bahwa tidak ingin berkunjung kembali. Berikut akan ditampilkan tabel rekapitulasi alasan responden merasa tidak puas setelah melakukan kunjungan ke Renjana Titik Kumpul.

Tabel I.1 Rekapitulasi Alasan Pelanggan Merasa Tidak Puas

| Alasan   | Jumlah |
|--|--------|
| Rasa Kurang Selera                                     | 2      |
| Sulit Untuk Memesan Kembali                            | 4      |
| Ruangan Panas  | 5      |
| Tidak Terdapat Stop Kontak                             | 7      |
| Pelayanan Lambat                                       | 9      |
| Toilet kotor dan susah dikunci                         | 10     |
| Tidak ada wifi   | 11     |
| Meja dan kursi kotor (tidak siap dalam kondisi bersih) | 11     |

Berdasarkan tabel rekapitulasi alasan pelanggan yang merasa tidak puas setelah melakukan kunjungan ke Renjana Titik Kumpul yang telah ditampilkan di atas, dapat dilihat alasan pelanggan beserta jumlah respon yang memilih alasan tersebut. Alasan terbanyak yang dipilih pelanggan untuk tidak ingin melakukan *dine in* kembali di Renjana Titik Kumpul adalah karena meja dan kursi kotor atau tidak siap dalam kondisi bersih dan tidak ada wifi. Masalah terkait meja dan kursi yang kotor atau dengan kata lain tidak siap dapat terjadi karena pegawai tidak segera membersihkan meja dan kursi ketika pelanggan yang telah selesai menggunakan tempat tersebut telah keluar dari Renjana Titik Kumpul. Akibat yang terjadi adalah ketika pelanggan lain yang baru datang dan hendak duduk di tempat tersebut mendapati bahwa meja dan kursi tersebut dalam kondisi kotor. Hal ini menyebabkan terdapat kesan negatif terkait pelayanan dalam hal kebersihan yang

diberikan Renjana Titik Kumpul. Selanjutnya, alasan terkait tidak tersedianya wifi menjadi salah satu masalah utama yang telah diketahui oleh pemilik, sehingga pemilik telah menghubungi perusahaan yang menyediakan jaringan wifi. Akan tetapi, sampai saat ini pengadaan jaringan wifi belum terwujud dikarenakan belum adanya jalur internet pada kawasan Renjana Titik Kumpul yang sedang diusahakan oleh perusahaan tersebut.

Alasan selanjutnya yang paling banyak dipilih adalah toilet kotor dan sulit untuk dikunci dengan total 10 responden. Pemilik mengakui bahwa permasalahan ini memang sempat terjadi dan ditangani dengan lambat dikarenakan 1 dan 2 hal. Pelayanan lambat yang diberikan pihak *coffee shop* juga menjadi salah satu alasan yang dinyatakan oleh 9 orang pelanggan yang merasa tidak puas setelah melakukan kunjungan ke Renjana Titik Kumpul. Renjana Titik Kumpul memiliki tempat yang berkapasitas besar yang mendukung para pelanggannya untuk mengerjakan tugas ketika sedang berkunjung. Para pelanggan yang ingin mengerjakan tugas di Renjana Titik Kumpul kerap mendapati masalah yakni tidak tersedianya stop kontak pada sekitar tempat mereka duduk dan terbukti dengan 7 orang responden menyatakan keluhan tersebut. Terdapat 3 buah alasan lain yang membuat pelanggan tidak puas setelah melakukan kunjungan yakni ruangan yang panas, sulit untuk memesan kembali, dan rasa yang kurang selera. Alasan terkait ruangan panas dipilih oleh 5 orang responden. Alasan terkait sulit untuk memesan kembali dipilih oleh 4 orang responden dan alasan terakhir dipilih oleh 2 orang responden.

Setelah mengetahui kelemahan kualitas jasa yang diberikan oleh Renjana Titik Kumpul melalui respon pelanggan atas pertanyaan kuesioner, kembali dilakukan wawancara lanjutan dengan pemilik *coffee shop*. Pemilik mengatakan bahwa memang terdapat kendala dalam melakukan pembersihan fasilitas terkhusus di area lantai 2, pegawai yang kurang siaga untuk membantu pegawai lain untuk membersihkan meja dan kursi juga menjadi salah satu sebab keluhan meja dan kursi tidak siap dalam kondisi bersih dapat terjadi. Penugasan pegawai memang telah ditetapkan, 1 pegawai bertugas di *bar* untuk membuat minuman, 1 pegawai untuk membuat makanan di dapur, 1 pegawai sebagai kasir sekaligus penerima pesanan, dan 1 pegawai sebagai pelayan yang mengantarkan pesanan dari dapur atau bar ke meja pelanggan. Akan tetapi, pemilik selalu mengatakan bahwa walaupun masing-masing pegawai memiliki tugasnya masing-

masing, pemilik menghimbau untuk para pegawainya membantu satu samalain dan selalu menjaga kebersihan *coffee shop*.

Berdasarkan alasan-alasan pelanggan yang telah diperoleh, pemilik mengatakan bahwa telah berusaha untuk memperbaikinya dan meminimalisir terdapat alasan lain. Pemilik juga menyadari dan mengakui bahwa alasan-alasan yang dinyatakan oleh pelanggan benar adanya. Sehingga pemilik mengakui bahwa masih terdapat beberapa keluhan yang belum teratasi oleh Renjana Titik Kumpul yang menandakan kurang baiknya layanan yang diberikan. Hal ini menyebabkan belum terciptanya kepuasan pelanggan bagi para pengunjung. Belum terciptanya kepuasan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan enggan untuk datang kembali ke Renjana Titik Kumpul yang menjadi salah satu faktor terjadinya belum tercapainya target penjualan. Apabila alasan-alasan atau keluhan yang diberikan oleh pelanggan dapat diselesaikan oleh Renjana Titik Kumpul, kepuasan pelanggan dapat terwujud. Terciptanya kepuasan pelanggan juga dapat meningkatkan penjualan sehingga Renjana Titik Kumpul dapat mencapai target penjualan.

Menurut Tjiptono (Fahmi, 2012) kualitas pelayanan akan memicu peningkatan kepuasan pelanggan karena kualitas layanan memiliki hubungan dan dampak positif dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi berasal dari tingkat kualitas pelayanan yang tinggi juga. Menurut Tjiptono dan Diana (2002), kepercayaan yang timbul akibat kepuasan pelanggan yang tercipta membuahkan beberapa manfaat salah satunya yaitu loyalitas konsumen dan menjadi dasar yang jelas bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan ke orang lain. Pernyataan ini menandakan bahwa terdapat urgensi dalam melakukan peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner yang telah disebarkan kepada pelanggan Renjana Titik Kumpul, 19 dari 21 responden yang menyatakan tidak puas terhadap pelayanan Renjana Titik Kumpul tidak ingin kembali lagi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan yakni harga jual, barang/jasa yang ditawarkan, promosi, saluran distribusi, dan mutu (Kotler, 2016). Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi mendatangkan banyak keuntungan bagi perusahaan seperti peningkatan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, menurunkan elatisitas harga, menurunkan harga dari transaksi mendatang, dan meningkatkan efisiensi dari karyawan (Anderson et al.,



1994). Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, dapat dilihat bawah kualitas pelayanan memiliki dampak dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang nantinya kepuasan pelanggan ini akan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan dari suatu penyedia jasa. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dilakukan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini akan menggunakan 2 buah metode yakni metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Metode pertama atau metode *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut kepuasan pelanggan yang diberikan oleh kedai kopi Renjana Titik Kumpul saat ini. Kelebihan dari metode ini adalah dapat memperoleh informasi penting yang berhubungan dengan atribut yang ingin diperbaiki dan metode ini menggunakan skala yang memiliki reliabilitas cukup tinggi. Setelah itu, akan dilakukan pengolahan data lebih lanjut menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) untuk menentukan prioritas perbaikan atribut guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa rumusan masalah seperti berikut.

1. Apa saja atribut kepuasan pelanggan di Renjana Titik Kumpul?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Renjana Titik Kumpul sesuai dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
3. Bagaimana prioritas perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sesuai dengan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)?
4. Apa saja usulan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

### **I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada subbab ini akan dibahas mengenai batasan dan asumsi yang akan terdapat pada penelitian. Batasan merupakan ruang lingkup permasalahan yang dapat membatasi cakupan penelitian agar terfokus dan tidak terlalu luas. Dikarenakan banyak faktor yang sangat kompleks, terdapat juga asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yang diperuntukan sebagai pernyataan yang kebenarannya dapat dipercaya dalam penelitian ini. Adanya beberapa batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian hanya dilakukan sampai dengan memberikan usulan perbaikan sistem.
2. Usulan yang diberikan oleh peneliti hanya berdasarkan teori yang ada, tidak mempertimbangkan faktor lain yang ada.

Setelah menjabarkan batasan yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat juga asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Asumsi yang digunakan adalah tidak ada perbaikan sistem selama penelitian di Renjana Titik Kumpul.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada subbab ini akan dibahas mengenai tujuan penelitian yang diharapkan dapat tercapai dengan dilaksanakannya penelitian ini. Tujuan penelitian berisikan poin-poin yang akan dicapai dalam penelitian ini. Adanya beberapa tujuan penelitian yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui atribut-atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Renjana Titik Kumpul.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Renjana Titik Kumpul saat ini.
3. Dapat membuat prioritas usulan perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Merancang usulan perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Renjana Titik Kumpul.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini akan dibahas mengenai manfaat yang diharapkan dapat dihasilkan dengan dilakukannya penelitian ini. Manfaat dari penelitian ini dapat berguna untuk semua pihak yang terkait dalam penelitian ini. Pihak-pihak terkait yang dimaksud adalah penulis, pemilik *coffee shop*, dan pembaca yang membaca hasil penelitian. Adanya beberapa manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut.

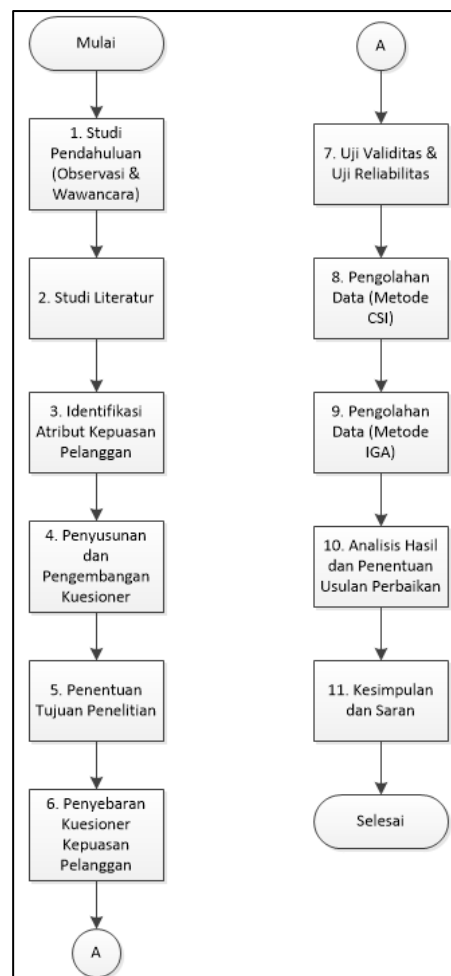
1. Manfaat untuk penulis ialah penulis dapat mengkaji lebih dalam mengenai ilmu kualitas jasa yang telah didapat dari perkuliahan dan dapat menerapkan ilmu tersebut dalam permasalahan dalam dunia nyata yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada objek penelitian.
2. Manfaat untuk pemilik *coffee shop* ialah pemilik *coffee shop* dapat mengetahui permasalahan yang terdapat pada *coffee shop* dan

mendapatkan usulan perbaikan yang dapat memperbaiki permasalahan yang ada agar dapat meningkatkan penjualan.

3. Manfaat untuk pembaca ialah pembaca dapat memperluas pengetahuan dan informasi mengenai ilmu kualitas jasa dalam contoh nyata, sehingga pembaca dapat menambah referensi yang serupa apabila pembaca hendak melakukan penelitian yang serupa.

## I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian akan berisikan tahapan atau langkah yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Langkah-langkah yang ditetapkan ini dibuat agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis. Berikut akan ditampilkan gambar dari *flowchart* atau diagram alir penelitian yang berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh dalam penelitian ini.



Gambar I.2 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Pada gambar yang telah ditampilkan di atas, dapat dilihat seluruh tahapan atau langkah yang akan dilakukan dalam penelitian. Pertama-tama, akan dilakukan studi pendahuluan yang berupa observasi terhadap objek penelitian dan wawancara kepada pemilik kedai kopi. Observasi objek ditujukan untuk untuk mengetahui masalah yang terdapat pada objek penelitian. Wawancara dengan pemilik dari objek dimana objek penelitian pada penelitian ini adalah kedai kopi atau *coffee shop* dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai kondisi kedai kopi saat ini.

Setelah melakukan observasi dan wawancara, langkah selanjutnya adalah melakukan studi literatur lebih lanjut. Pada tahapan kedua ini akan dilakukan penjabaran teori-teori terkait penelitian dan akan digunakan dalam penelitian. Teori yang dijabarkan pada bagian ini merupakan landasan atau pedoman dalam melakukan penelitian ini.

Langkah ketiga pada penelitian adalah identifikasi atribut kepuasan pelanggan. Proses identifikasi atribut kepuasan pelanggan pada Renjana Titik Kumpul dilakukan dengan cara wawancara terhadap pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Setelah mengidentifikasi atribut kepuasan pelanggan, langkah selanjutnya adalah menyusun dan mengembangkan kuesioner awal. Kuesioner akan disusun dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana performansi seluruh atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kuesioner yang telah disusun dan dikembangkan nantinya akan dilanjutkan pada langkah selanjutnya yaitu penyebaran kuesioner kepuasan pelanggan.

Penyebaran kuesioner terkait kepuasan pelanggan akan dilakukan kepada pelanggan yang telah mengunjungi kedai kopi Renjana Titik Kumpul. Respon yang merupakan hasil penyebaran kuesioner ini akan menjadi data yang nantinya akan digunakan untuk pengolahan data lebih lanjut.

Data yang telah dikumpulkan ini akan melalui proses uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas akan dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dimiliki merupakan data yang valid untuk digunakan dalam penelitian atau tidak. Uji selanjutnya atau uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dapat diandalkan atau tidak.

Setelah data yang dimiliki telah dinyatakan valid dan *reliable*, maka data akan diolah menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* atau CSI. Metode CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut yang telah ditetapkan pada langkah sebelumnya. Hasil dari pengolahan data pada tahap ini akan membantu penelitian dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut yang ada pada saat ini.

Kemudian, pengolahan data lebih lanjut akan dilakukan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis*. Setiap atribut yang ada akan diperhitungkan berdasarkan metode IGA dan nantinya akan diletakkan pada matriks IGA. Setelah melakukan pengolahan data menggunakan metode ini, dapat ditentukan prioritas usulan perbaikan atribut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kedai kopi Renjana Titik Kumpul.

Tahapan selanjutnya merupakan tahap analisis hasil pengolahan data dan perumusan usulan perbaikan. Analisis hasil akan dilakukan dengan cara menginterpretasikan hasil yang telah diperoleh. Seluruh atribut yang telah ditempatkan pada matriks IGA akan dianalisis untuk mengetahui tingkat kepuasannya dan diperoleh prioritas perbaikannya. Setelah mengetahui prioritas perbaikan dari masing-masing atribut, maka usulan akan diberikan untuk memperbaiki setiap atribut yang ada. Pemberian usulan perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan performansi dari masing-masing atribut dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah penentuan kesimpulan dan saran. Pada langkah ini akan dimuat kesimpulan yang dapat ditarik dari seluruh rangkaian penelitian beserta hasil yang telah didapat. Saran pembaca juga akan dimuat pada bagian ini guna dapat memaksimalkan penelitian apabila pembaca ingin melakukan penelitian serupa.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada subbab sistematika penulisan akan dijabarkan penjelasan mengenai hal yang akan dilakukan pada kelima bab yang ada pada penelitian ini. Kelima bab yang ada pada penelitian ini adalah pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan usulan perbaikan, dan kesimpulan dan saran. Penjelasan dari kelima bab akan dibagi menjadi beberapa bagian untuk memudahkan pembahasan.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah yang mendasari penelitian ini. Kemudian akan dibahas juga mengenai identifikasi dan perumusan masalah. Selanjutnya, akan ditentukan batasan dan asumsi penelitian dan juga penentuan tujuan serta manfaat penelitian. Metodologi penelitian yang berisikan alur dilakukannya penelitian dan sistematika penulisan juga akan dibahas pada bab ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab tinjauan pustaka atau bab kedua ini akan dibahas mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dan landasan dari penelitian ini. Teori-teori yang dijabarkan pada bab ini adalah teori mengenai *coffee shop*, pelayanan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, metode-metode pengukuran dan evaluasi kepuasan pelanggan, metode pengumpulan data, teknik *sampling*, skala pengukuran, uji validitas, dan uji reliabilitas. Teori yang digunakan didapat berdasarkan proses studi literature melalui jurnal terpercaya.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data akan dijabarkan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan dari data yang dimiliki. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menentukan atribut dan penyusunan dan penyebaran kuesioner. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, terdapat data yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini berlangsung. Data-data yang telah diperoleh akan melalui proses uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang telah dinyatakan valid dan reliable akan diolah lebih lanjut menggunakan metode *customer satisfaction index* dan metode *improvement gap analysis*.

## **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab analisis dan usulan perbaikan atau bab keempat ini akan dilakukan pembahasan lebih dalam mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis akan dilakukan terhadap beberapa komponen yakni analisis terhadap profil responden, analisis hasil uji validitas dan

reliabilitas, analisis terhadap kepuasan konsumen saat ini, analisis metode *customer satisfaction index*, dan analisis metode *improvement gap analysis*. Setelah melakukan analisis terhadap beberapa komponen yang telah dijabarkan di atas, akan dianalisis juga hasil identifikasi kendala yang menjadi akar permasalahan dan prioritas perbaikan yang telah ditentukan sesuai dengan metode-metode yang digunakan. Tahapan terakhir adalah akan dilakukan pemberian usulan perbaikan untuk memperbaiki masalah-masalah yang ada pada Renjana Titik Kumpul.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir akan berisikan kesimpulan dan saran yang didapat dan ditujukan untuk penelitian ini. Kesimpulan akan berisikan poin-poin penting yang dapat menjawab rumusan masalah yang menjadi inti dilakukannya penelitian ini. Bagian saran akan berisikan saran-saran yang ditujukan bagi Renjana Titik Kumpul dan pembaca yang akan melakukan penelitian serupa.