



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan
kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee**

Skripsi

Oleh

Marcel Frederic

6082001093

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan
kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee**

Skripsi

Oleh:

Marcel Frederic

6082001093

Pembimbing:

Timothy Andrianus Philemon, S.T., M.AB.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Marcel Frederic
Nomor Pokok : 6082001093
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 11 Juli 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.



Sekretaris

Timothy Andrianus Philemon, S.T., M.AB.



Anggota

Shelvi, S.AB., M.M.



Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Orpha Jane

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Marcel Frederic
NPM : 6082001093
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan
kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juni 2024



METERAI
ELEKTRONIK
10000
REPUBLIK INDONESIA

Marcel Frederic

ABSTRAK

Nama : Marcel Frederic
NPM : 6082001093
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan kepada
Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee

Industri kedai kopi di Indonesia berkembang pesat, mendorong persaingan antar kedai kopi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Mav Coffee, sebagai salah satu kedai kopi di Bandung, perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 122 pelanggan Mav Coffee. Data yang sudah diambil dari kuesioner kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26 yang digunakan untuk melakukan statistik analisis regresi linear berganda dan melakukan uji hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan meningkatkan pengaruh yang ada dari kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka akan terjadi peningkatan loyalitas dari pelanggan di Mav Coffee.

Temuan ini menunjukkan pentingnya bagi Mav Coffee untuk terus meningkatkan dan menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta Mav Coffee harus terus meningkatkan kepuasan pelanggannya agar tingkat loyalitas pelanggan di Mav Coffee terus meningkat.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Marcel Frederic
NPM : 6082001093
Title : The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on
Customer Loyalty at Mav Coffee

The Indonesian coffee shop industry is rapidly growing, driving competition among coffee shops to attract and retain customers. Mav Coffee, as one of the coffee shops in Bandung, needs to understand the factors that influence customer loyalty. This study aims to analyze the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Mav Coffee.

The research method used is quantitative with data collection techniques through questionnaires distributed to 122 Mav Coffee customers. The data collected from the questionnaires were then processed using IBM SPSS Statistics 26, which was used to perform multiple linear regression analysis and hypothesis testing using partial and simultaneous tests.

The results of the study show that service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. By increasing the influence of service quality and improving customer satisfaction, customer loyalty at Mav Coffee will increase.

These findings indicate the importance for Mav Coffee to continuously improve and maintain the quality of service provided to customers. Mav Coffee must also continue to improve customer satisfaction so that customer loyalty levels at Mav Coffee continue to increase.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan YME yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan kepada Loyalitas Pelanggan di Mav Coffee” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini memiliki tujuan dan maksud untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari banyaknya dukungan dari semua pihak yang memberi dukungan, kritik, dan masukan untuk jalannya proses pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa atas kesempatan dan berkat yang diberikan saat proses pengerjaan penelitian ini.
2. Kedua orang tua yang telah serta seluruh keluarga besar dari Marcel Frederic yang memberikan dukungan, semangat serta kesempatan untuk berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan
3. Bapak Timothy Andrianus Philemon S.T., M.AB. yang telah memberikan dukungan, masukan, kritikan, serta waktu yang diluangkan untuk membantu proses pengerjaan penelitian ini dengan sabar.
4. Bapak Prof. Tri Basuki Joewono, Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan
5. Dr. Orpha Jane, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Ibu Shelvi, S.AB., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7. Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

8. Seluruh dosen dan staf pengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang memberikan ilmu dan pengalaman selama kuliah di Universitas Katolik Parahyangan yang berlangsung baik secara online maupun secara offline.
9. Sandra Tirza yang selalu memberikan dukungan, masukan, serta semangat tiada henti dalam membantu penulis agar dapat menyelesaikan skripsi secara tepat waktu dari awal penulisan hingga akhir.
10. Seluruh pihak yang tidak disebutkan oleh penulis serta teman – teman yang sudah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal penulisan sampai akhir proses pengerjaan skripsi ini selesai baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna sehingga penulis mempersilahkan untuk memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, ilmu, dan wawasan bagi seluruh pihak yang membaca skripsi ini.

Bandung, 13 Juni 2024

Marcel Frederic

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Objek Penelitian	6
1.4.1 Profil Perusahaan	6
1.4.2 Produk.....	8
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	11
2.1 KAJIAN TEORI	11
2.1.1 Kualitas Layanan.....	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Metodologi Penelitian.....	19
2.4 Theoretical Framework	20
2.5 Instrumentasi Penelitian	21
2.6 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	21
2.7 Populasi dan Sampel	26
2.7.1 Populasi.....	26
2.7.2 Sampel.....	26
2.8 Proses Pengumpulan Data	27
2.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
2.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	28
2.9.2 Uji Validitas	29
2.9.3 Uji Reliabilitas.....	29

2.9.4 Uji Normalitas.....	29
2.9.5 Uji Heteroskedastisitas	30
2.9.6 Uji Multikolinearitas	30
2.9.7 Uji Hipotesis	30
2.9.8 Regresi Linear Berganda	32
2.9.9 Koefisien Determinasi	32
BAB 3 HASIL DAN TEMUAN	34
3.1 Profil Responden	34
3.2 Analisis Deskriptif.....	36
3.2.1 Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan	36
3.2.2 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	46
3.2.3 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan	51
3.3 Uji Validitas	56
3.4 Uji Reliabilitas.....	57
3.5 Uji Normalitas	59
3.6 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7 Uji Multikolinearitas	61
3.8 Uji Hipotesis	62
3.8.1 Uji Parsial.....	62
3.8.2 Uji Simultan	63
3.9 Uji Persamaan Regresi Linear Berganda	65
3.10 Koefisien Determinasi	66
3.11 Pembahasan Hasil	66
3.11.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	66
3.11.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
3.11.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
3.12 Temuan	69
BAB 4 Kesimpulan, Rekomendasi, dan Implikasi	73
4.1 Kesimpulan.....	73
4.2 Rekomendasi.....	74

4.3 Implikasi	74
4.3.1 Implikasi bagi Mav Coffee	75
4.3.2 Implikasi untuk Bisnis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Provinsi dengan Jumlah UMK Makanan dan Minuman Terbanyak Tahun 2019.....	1
Gambar 1. 2 Data Perkembangan Kedai Kopi di Kota Bandung Tahun 2019 - 2022 ..	3
Gambar 1. 3 Suasana di Mav Coffee	4
Gambar 1. 4 Produk Milk-based Mav Coffee Green Tea	9
Gambar 1. 5 Menu Makanan di Mav Coffee	10
Gambar 1. 6 Produk Makanan di Mav Coffee	10
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	20
Gambar 3. 1 Uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatter Plot	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2 Skala Likert	21
Tabel 2. 3 Operasionalisasi Variabel	21
Tabel 2. 4 Kriteria Penilaian Skor dan Kategori	28
Tabel 3. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 3. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 3. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 3. 4 Indikator 1 mengenai Kualitas Layanan	36
Tabel 3. 5 Indikator 2 mengenai Kualitas Layanan	37
Tabel 3. 6 Indikator 3 mengenai Kualitas Layanan	37
Tabel 3. 7 Indikator 4 mengenai Kualitas Layanan	38
Tabel 3. 8 Indikator 5 mengenai Kualitas Layanan	40
Tabel 3. 9 Indikator 6 mengenai Kualitas Layanan	40
Tabel 3. 10 Indikator 7 mengenai Kualitas Layanan	41
Tabel 3. 11 Indikator 8 mengenai Kualitas Layanan	42
Tabel 3. 12 Indikator 9 mengenai Kualitas Layanan	42
Tabel 3. 13 Indikator 10 mengenai Kualitas Layanan	43
Tabel 3. 14 Indikator 11 mengenai Kualitas Layanan	44
Tabel 3. 15 Indikator 12 mengenai Kualitas Layanan	44
Tabel 3. 16 Indikator 13 mengenai Kualitas Layanan	45
Tabel 3. 17 Hasil Rata – Rata Indikator Variabel Kualitas Layanan	46
Tabel 3. 18 Indikator 1 mengenai Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 3. 19 Indikator 2 mengenai Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 3. 20 Indikator 3 mengenai Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 3. 21 Indikator 4 mengenai Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 3. 22 Indikator 5 mengenai Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 3. 23 Indikator 6 mengenai Kepuasan Pelanggan	50

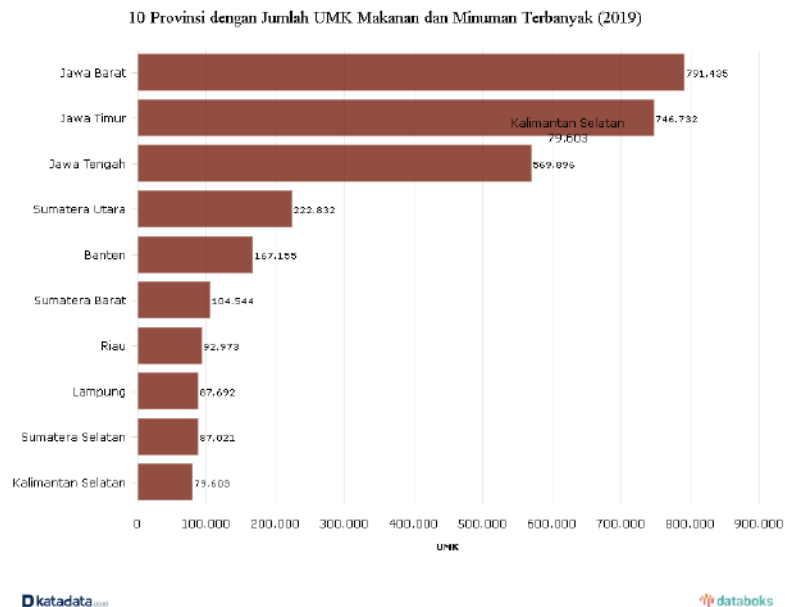
Tabel 3. 24 Indikator 7 mengenai Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 3. 25 Hasil Rata – Rata Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 3. 26 Indikator 1 mengenai Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 3. 27 Indikator 2 mengenai Loyalitas Pelanggan	52
Tabel 3. 28 Indikator 3 mengenai Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 3. 29 Indikator 4 mengenai Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 3. 30 Indikator 5 mengenai Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 3. 31 Indikator 6 mengenai Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 3. 32 Hasil Rata – Rata Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	55
Tabel 3. 33 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 3. 34 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 3. 35 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 3. 36 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 3. 37 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 3. 38 Hasil Uji Parsial	62
Tabel 3. 39 Hasil Uji Simultan.....	64
Tabel 3. 40 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda	65
Tabel 3. 41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

BAB 1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Bisnis dalam industri kuliner merupakan bisnis yang bergerak dalam makanan ataupun minuman yang didalamnya terdapat proses untuk pembuatan makanan, penyajian makanan tersebut oleh pegawai, sampai penjualan produk makanan tersebut kepada pelanggan. Bisnis kuliner di Jawa Barat merupakan bisnis dengan perkembangan yang sangat cepat dibanding provinsi lain. Menurut Badan Pusat Statistik, Indonesia mempunyai jumlah Usaha Mikro dan Kecil sebanyak 3,9 juta di bidang makanan. Jawa Barat merupakan provinsi dengan Usaha Mikro dan Kecil terbanyak diantara provinsi yang lain dengan jumlah sebesar 791 ribu usaha pada tahun 2019.

Gambar 1. 1 Data Provinsi dengan Jumlah UMK Makanan dan Minuman Terbanyak Tahun 2019



Sumber : Katadata.co.id

Bisnis kuliner ini mempunyai banyak variasi yang ditawarkan kepada pelanggan, dan semakin hari persaingan yang ada semakin meningkat kepada sesama penjual sehingga para pelaku usaha diharuskan untuk bertahan dan melakukan inovasi dalam berbagai bidang. Pelaku usaha harus mampu untuk menjaga kualitas bahan baku agar tetap terjaga, sehingga produk yang dihasilkan mampu maksimal dan terjaga kualitasnya. Lalu selain itu diharuskan untuk melakukan inovasi menu, seperti menurut Pitanatri (2016), bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Selain itu, produk yang dihasilkan juga harus dilakukan inovasi dengan kualitas yang baik agar tidak tertinggal dari pesaing lain yang bergelut di bidang yang sama. Pelaku usaha juga harus mempunyai perencanaan pemasaran yang tepat dimana harus memanfaatkan kemajuan teknologi yang pesat seperti yang disebutkan oleh Saputra, dkk (2023) untuk memasarkan produk – produk tersebut. Bila aspek – aspek tersebut mampu terpenuhi oleh pelaku usaha, maka pelanggan pun akan merasa puas terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas terhadap kualitas dari pelayanan tersebut akan berpengaruh terhadap perilaku pelanggan yang akan datang kembali ke tempat tersebut sehingga dapat disebut sebagai loyalitas pelanggan.

Bisnis industri kuliner tersebut diantaranya adalah *coffee shop*. *Coffee shop* sendiri awalnya ditemukan di sebuah Kota yaitu Istanbul di negara Turki pada tahun 1475. Kedai kopi ini bernama *Kiva Han* yang berada di Konstantinopel atau Istanbul di saat ini dimana pada zaman tersebut, kopi merupakan unsur penting dalam kebudayaan Turki. Orang Turki memasak kopi mereka dengan alat bernama *Ibrik*.

Coffee shop termasuk bisnis yang sangat digemari oleh para pelaku usaha khususnya *coffee shop* di Kota Bandung. *Coffee shop* sendiri merupakan bisnis yang menjamur di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Di Kota Bandung ini, *coffee shop* berkembang dengan sangat cepat dimana ada berbagai macam *coffee shop* yang berada di seluruh daerah di Kota Bandung. Dengan berbagai macam dan banyaknya *coffee*

shop di Kota Bandung, tentunya ada beberapa *coffee shop* yang menjadi favorit dan banyak orang yang sudah rutin untuk membeli di *coffee shop* tersebut.

Perkembangan *Coffee shop* di Kota Bandung berkembang dengan sangat pesat. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, menunjukkan bahwa pada tahun 2019, terdapat 157 unit *coffee shop* yang tersebar di Kota Bandung, sedangkan pada tahun 2022 bertambah dari 157 unit ke 582 unit. Tentunya perkembangan pesat tersebut tidak terlepas dari kelonggaran dari pandemi Covid-19 sendiri sehingga banyak pelaku usaha yang mencoba membuka usaha *coffee shop*.

Gambar 1. 2 Data Perkembangan Kedai Kopi di Kota Bandung Tahun 2019 - 2022



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Perkembangan pesat peningkatan *coffee shop* di Kota Bandung juga tidak terlepas dari tingginya minat pelanggan terhadap kopi yang enak dan berkualitas. Selain itu, banyaknya mahasiswa yang menaruh minat untuk sekedar bersantai, mengerjakan tugas, atau bahkan orang – orang yang bekerja akan mencari *coffee shop* untuk melakukan kegiatan mereka. Maka perkembangan *coffee shop* di Kota Bandung sendiri tidak terlepas dari kebiasaan masyarakatnya yang suka terhadap kopi. Selain

itu, banyak *coffee shop* di Kota Bandung yang menyediakan tempat yang nyaman, santai dan harga yang tidak terlalu tinggi sehingga menaruh minat dari banyak kalangan masyarakat.

Salah satu *coffee shop* yang ada di Kota Bandung adalah Mav Coffee. Mav Coffee merupakan sebuah *Coffee shop* yang lokasinya berada di Taman Cibaduyut Indah No.43, Bandung. Mav Coffee sendiri berdiri di tahun 2021 tepatnya di bulan oktober yang berada di Kota Bandung. Mav Coffee sendiri menjual beberapa produk, tidak hanya kopi melainkan produk non – kopi, atau sekedar cemilan dan makanan berat seperti mie.

Gambar 1. 3 Suasana di Mav Coffee



Sumber : Mav Coffee

Seperti banyak permasalahan *coffee shop* pada umumnya, Mav Coffee mempunyai beberapa permasalahan yang terjadi. Salah satu permasalahan yang ada di dalam Mav Coffee adalah kualitas layanan. Kualitas layanan sendiri merupakan komponen penting dalam kepuasan pelanggan, tetapi Mav Coffee sulit untuk mewujudkan karena adanya permasalahan pergantian pegawai yang frekuensinya sering terjadi, sehingga bila ada pegawai baru harus dilatih untuk bagaimana memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Selain itu, faktor lokasi pun menjadi permasalahan karena lokasi dari Mav Coffee sendiri terletak di dalam perumahan Taman Cibaduyut Indah, sehingga banyak orang – orang yang tidak tahu bahwa ada Mav Coffee disana. Hal ini menyebabkan penjualan yang ada di Mav Coffee menjadi stagnan dan tidak berkembang, bahkan untuk sekedar di Gofood ataupun Grabfood. Orang yang mengetahui lokasi dari Mav Coffee sendiri terisolasi hanya di beberapa tempat saja, seperti kompleks perumahan Taman Cibaduyut Indah dan sekitarnya, dimana orang lain yang jarang pergi ke daerah tersebut tidak akan mengetahui.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis akan melakukan penelitian terhadap Mav Coffee untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diketahui bahwa beberapa identifikasi masalah yang ada, yaitu :

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh dalam loyalitas pelanggan yang berkunjung di Mav Coffee?
2. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh dalam loyalitas pelanggan terhadap Mav Coffee?
3. Apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bersama – sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, berikut merupakan tujuan penelitian dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Mav Coffee
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Mav Coffee

3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bersama – sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Mav Coffee

1.4 Objek Penelitian

1.4.1 Profil Perusahaan

Mav Coffee merupakan sebuah *Coffee shop* yang lokasinya berada di Taman Cibaduyut Indah No.43, Bandung. Mav Coffee sendiri berdiri di tahun 2021 tepatnya di bulan oktober yang berada di Kota Bandung. Mav Coffee sendiri sangat berdedikasi untuk memberikan pengalaman menikmati kopi *arabica* yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Kopi arabica sendiri memiliki rasa yang kompleks dan memiliki kualitas rasa yang tinggi yang membuatnya dinikmati dan diminati oleh banyak orang, khususnya pecinta kopi. Walaupun rasa dari arabica sendiri kompleks dan kualitasnya yang tinggi, arabica memiliki tingkat kafein yang rendah daripada biji kopi robusta. Ini menjadi keunggulan juga bagi orang – orang yang sensitif terhadap kafein yang terlalu tinggi.

Mav Coffee sendiri selain menjual minuman, tetapi juga menjual beberapa produk makanan seperti cemilan, dan mie ayam yang tersedia didalam cafe. Mav Coffee ingin menyajikan kopi dan makanan yang berkualitas serta membuat suasana yang hangat dan nyaman agar para pelanggan dapat menikmati untuk sekedar bersantai, bersosialisasi dengan teman, ataupun sekedar bekerja. Mav Coffee juga mempunyai mesin kopi sendiri sehingga proses pembuatan kopi dapat dilakukan dengan sesuai prosedur sehingga mempunyai keunggulan dalam kualitas yang dihasilkan dimana produk yang ada mempunyai rasa yang konsisten serta kualitas yang baik.

Proses pembelian yang dapat dilakukan di Mav Coffee adalah pertama, pelanggan datang ke Mav Coffee dan disambut oleh pegawai yang ada disana. Setelah itu, pelanggan datang ke kasir untuk memesan minuman dan makanan yang ada serta diberikan menu oleh pegawai ataupun kasir. Pembayaran di Mav Coffee dapat

dilakukan baik tunai maupun non tunai. Pelanggan yang sudah melakukan pembayaran, dapat memilih tempat duduk baik yang berada di lantai 1 ataupun naik ke lantai 2 dimana area tersebut adalah area *smoking* karena ruangan yang ada adalah *outdoor*. Pelanggan yang sudah memilih tempat duduk, dapat menunggu hingga pesannya dihidangkan oleh pegawai Mav Coffee.

Mav Coffee sendiri dalam menjalankan usahanya, tentunya harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya sendiri berupa sapaan saat pelanggan masuk dan keluar dari Mav Coffee, lalu memberikan pelayanan saat pelanggan ingin memesan menu makanan dan minuman baik di kasir dan juga di meja, serta pelayanan dalam memberikan dan menghadirkan makanan dan minuman sampai pelanggan yang ada selesai menikmati makanan dan minuman di Mav Coffee.

Mav Coffee dalam menjalankan perusahaannya, memiliki permasalahan terhadap kualitas layanannya, dimana setelah berdiskusi dengan pemilik dari Mav Coffee, perusahaan ini tidak mempunyai standar operasi yang umum dimiliki oleh perusahaan lain dalam memberikan layanan terhadap pelanggan. Pegawai di Mav Coffee juga mempunyai frekuensi yang sering terhadap pergantian pegawai, sehingga pemilik dari Mav Coffee mempunyai kesulitan bila harus terus menerus melatih pegawai baru hingga dapat memberikan layanan yang baik bagi pelanggan.

Mav Coffee mempunyai kelebihan dimana suasana serta desain interior yang baik dapat membuat pelanggan mempunyai rasa nyaman dan aman saat berada di Mav Coffee. Dimulai dari ruangnya yang ber AC yang berada di lantai 1, sampai ruangan lantai 2 untuk *smoking room* dimana pelanggan yang merokok dapat naik ke lantai 2 sehingga kegiatan menjadi tidak terbatas. Suasana yang baik dan nyaman dapat menambah nilai tambah bagi Mav Coffee terhadap pandangan dari pelanggan sehingga pelanggan yang merasa nyaman dan aman mampu merasa puas atas suasana tersebut di Mav Coffee.

Harga yang ditawarkan di Mav Coffee pun beragam serta semua dari menu nya mempunyai harga yang murah. Untuk segelas es kopi susu saja, hanya dihargai seharga 12 ribu saja. Hal itu tentunya dapat meningkatkan nilai persaingan dengan kafe lain dengan harga yang bersaing serta ramah kantong bagi pelajar – pelajar yang ingin menikmati di Mav Coffee. Nilai tersebut tergolong murah daripada kafe – kafe yang ada di Kota Bandung saat ini yang harganya bisa berada di kisaran sekitar 30 ribu – 50 ribu dalam segelas es kopi susu.

1.4.2 Produk

Produk yang dijual di dalam Mav Coffee ada bermacam – macam, salah satunya adalah kopi itu sendiri. Kopi di Mav Coffee dibuat dari biji kopi arabica asli yang mempunyai kualitas yang tinggi, serta rasa kompleks dan mempunyai tingkat kafein yang rendah. Produk kopi yang dijual juga bermacam – macam jenisnya, ada espresso, americano, shakerato, piccolo, cappucino, mochacino, caramel macchiato, affogato, dan lain – lain. Selain itu mereka juga menyediakan kopi manual brew seperti V60, vietnam drip. Lalu mereka juga membuat latte, yang terdiri dari *caffè latte* dan *flavored latte* seperti salted caramel, hazelnut, dan juga tiramisu.

Selain produk kopi sendiri, Mav Coffee menjual berbagai macam milk-based serta produk tea, diantaranya ada green tea, charcoal, chocolate, red velvet, dan bubble gum. Selain itu, produk teh yang dijual ada cascara tea, mint tea, lemon tea, lychee tea, dan peach tea. Mav Coffee juga menjual menu makanan, khususnya yamien, yahun, kwetiau, dan kuah. Semua yang dihidangkan di Mav Coffee menggunakan bahan baku berkualitas agar rasa yang dihidangkan dapat terjaga konsistensinya.

Mav Coffee juga terus membuat inovasi produknya sendiri baik dalam packaging maupun produk yang dijual kepada pelanggan. Mav Coffee memproduksi kemasan baru bagi pelanggan yang ingin dibungkus untuk dibawa pulang, dengan desain yang lebih fresh lagi serta lebih kreatif, sedangkan dalam hal produk, Mav Coffee rutin membuat menu baru baik minuman baru mengikuti tren yang sedang ada,

ataupun menu makanan yang sebelumnya tidak ada di Mav Coffee, ditambahkan menjadi ada di Mav Coffee.

Gambar 1. 4 Produk Milk-based Mav Coffee Green Tea



Sumber : Mav Coffee

Gambar 1. 5 Menu Makanan di Mav Coffee

NOODLE Menu	
YAMBIEN	
YAMBIEN ASIN / MANIS	15K
YAMBIEN ASIN / MANIS BASO	25K
YAMBIEN ASIN / MANIS PANGSIT	25K
YAMBIEN ASIN / MANIS BASO PANGSIT	30K
YAHUN	
YAHUN ASIN / MANIS	15K
YAHUN ASIN / MANIS BASO	25K
YAHUN ASIN / MANIS PANGSIT	25K
YAHUN ASIN / MANIS BASO PANGSIT	30K
KWETIAU	
KWETIAU ASIN / MANIS	15K
KWETIAU ASIN / MANIS BASO	25K
KWETIAU ASIN / MANIS PANGSIT	25K
KWETIAU ASIN / MANIS BASO PANGSIT	30K
KUAH	
MIE / BIHUN / KWETIAU KUAH	15K
MIE / BIHUN / KWETIAU KUAH BASO	25K
MIE / BIHUN / KWETIAU KUAH PANGSIT	25K
MIE / BIHUN / KWETIAU KUAH BASO PANGSIT	30K
BASO (10)	30K
PANGSIT (10)	30K

Sumber : Mav Coffee

Gambar 1. 6 Produk Makanan di Mav Coffee



Sumber : Mav Coffee