

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noemani Coffeeshop Bekasi, Jawa Barat

Fernando Sianturi^{1)*}, I Wayan Putrana²⁾, I Wayan Wirga³⁾

¹Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

²Prodi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

³Prodi Bisnis Digital, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: fsianturi21@gmail.com

Abstrak: Noemani Coffeeshop merupakan salah satu kedai kopi yang sudah berdiri sejak 2017. Terletak di Bekasi, Jawa Barat. Banyak yang menyukai produk-produk yang ditawarkan oleh Noemani Coffeeshop, namun ada beberapa atribut pelayanan yang harus diperbaiki dalam waktu yang dekat. Kualitas Layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas layanan diberikan dengan baik kepada pelanggan akan mendapatkan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki oleh Noemani Coffeeshop. Atribut yang diteliti tentunya bagian dari lima dimensi pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian. Jika dimensi-dimensi pelayanan tersebut terpenuhi akan menciptakan kepuasan Metode yang dipakai untuk mengetahui tingkat kinerja dan kepuasan pelanggan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dari hasil analisis IPA terdapat dua atribut yang menjadi prioritas utama yang ada di kuadran I untuk segera diperbaiki oleh Noemani Coffeeshop yaitu kesopanan dan keramahan karyawan, melayani pelanggan tanpa memandang status. Selanjutnya nilai kepuasan yang didapat berdasarkan CSI yaitu 89%.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, IPA, CSI.

Abstract: Noemani Coffeeshop is one of the coffee shops that has been established since 2017. It is located in Bekasi, West Java. Many like the products offered by Noemani Coffeeshop, but there are some service attributes that must be improved in the near future. Service Quality greatly affects customer satisfaction. If the quality of service is provided well to customers will get customer satisfaction. The purpose of this study is to find out what attributes need to be improved by Noemani Coffeeshop. The attributes studied are certainly part of the five dimensions of service, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. If these dimensions of service are met, it will create satisfaction The methods used to determine the level of performance and customer satisfaction are *Importance Performance Analysis* (IPA) and *Customer Satisfaction Index* (CSI). From the results of the IPA analysis, there are two attributes that are the top priority in quadrant I to be immediately corrected by Noemani Coffeeshop, namely employee politeness and friendliness, serving customers regardless of status. Furthermore, the satisfaction value obtained based on CSI is 89%.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, IPA, CSI.

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan/Introduction

Perkembangan bisnis di bidang kuliner di Indonesia kini mulai berkembang pesat. Tidak hanya berbagai jenis persiapan yang dikemas dalam berbagai format presentasi yang menarik, tetapi juga mencakup desain tempat yang terus berubah dalam menanggapi minat konsumen yang terus meningkat. Ini juga merupakan strategi ekonomi yang digunakan untuk tetap mengunjungi konsumen.

Bekasi merupakan salah satu kota yang memiliki beragam jenis usaha kuliner seperti warung, cafe, angkringan, kedai, dll. Salah satu tempat unik di Bekasi adalah Noemani Coffee yang merupakan sebuah kedai kopi yang memiliki konsep sebuah garasi yang dijadikan kedai kopi. Hal ini yang membuat keunikan dari kedai kopi ini, bernuansa pinggir jalan menjadikan tempat ini banyak dikunjungi. Noemani sendiri didirikan oleh seorang bapak yang sangat mencintai kopi dengan cita rasa nusantara. Noemani beralamat di Jalan Raya Jatimulya, Tambun Selatan, Bekasi. Noemani Coffeeshop sempat mengalami ketidakstabilan jumlah pelanggan pada tahun 2020. Hal ini mungkin disebabkan oleh berbagai hal tentunya, seperti semakin banyaknya bisnis kopi disekitaran Bekasi.

Perkembangan bisnis kopi memang tidak bisa dihindari namun bisa diatasi dengan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tentunya. Karena begitu banyak nya usaha kopi tersebut tentunya semua saling berlomba untuk mengembangkan usahanya dan salah satu adalah dimensi layanan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas jasa (Maiyanti, 2010). Selain menggunakan metode IPA penelitian ini juga menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang

bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Noemani Coffeeshop dan untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki Noemani Coffeeshop di bagian dimensi kualitas layanan.

Metode/Method

1. *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Total penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan masing-masing atribut diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih pada skala Likert. Analisis tingkat kesesuaian dapat dilihat dari nilai bagi antara skor tingkat kinerja dengan skor tingkat kepentingan. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$TKi = \left\{ \frac{Xi}{Yi} \right\} x 100\% \dots\dots\dots$$

Dengan :

- TKi : Tingkat kesesuaian responden
- Xi : Skor tingkat kinerja / kepuasan
- Yi : Skor tingkat kepentingan

Selanjutnya pada sumbu X akan diisi oleh skor tingkat kinerja dan sumbu Y diisi oleh skor tingkat kepentingan. Nilai skor setiap atribut tingkat kinerja dan tingkat kepentingan didapatkan dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{Xi} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Yi} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dengan :

- \bar{Xi} : Skor rata-rata tingkat kinerja
- \bar{Yi} : Skor rata-rata tingkat kepuasan konsumen
- N : Jumlah responden

2. *CUSTOMER SATISFACTION INDEX*

Analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai CSI adalah sebagai berikut: .Nilai rata-rata pada kolom kepentingan dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan (Weighted Score Total/5) x 100%. Nilai adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran.

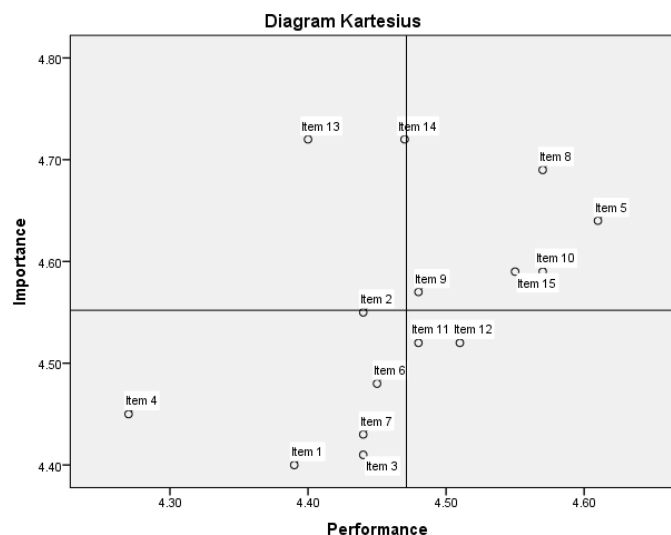
Hasil Dan Pembahasan/Result and Discussion

1. IPA

Tahap dan hasil IPA (*Importance – Performance Analysis*) ini disajikan dalam bentuk tabel dan diagram IPA. Adapun tabel yang digunakan adalah tabel rata – rata item dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1

No	Nama Atribut	Skor	Skor	Tingkat	Rata-	Rata-
		Kepentingan	Kinerja	Kesesuaian	rata	rata
		Yi	Xi	Tki(%)	Yi	Xi
1	Kerapian karyawan	330	329	99.7%	4.40	4.39
2	Ruang makan yang higienis (bersih)	341	333	97.7%	4.55	4.44
3	Suasana ruang makan yang nyaman dan desain tempat menarik	331	333	100.6%	4.41	4.44
4	Toilet yang bersih dan wangi	334	320	95.8%	4.45	4.27
5	Kursi dan meja makan nyaman digunakan	348	346	99.4%	4.64	4.61
6	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman	336	334	99.4%	4.48	4.45
7	Pelayanan yang cepat	332	333	100.3%	4.43	4.44
8	Ketelitian karyawan dalam melayani Pelanggan	352	343	97.4%	4.69	4.57
9	Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	343	336	98.0%	4.57	4.48
10	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan	344	338	98.3%	4.59	4.57
11	Kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dari konsumen	339	332	97.9%	4.52	4.48
12	Kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia	339	335	98.8%	4.52	4.51
13	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan	354	341	96.3%	4.72	4.40
14	Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status	354	344	97.2%	4.72	4.47
15	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan	344	341	99.1%	4.59	4.55
Rata-rata				98.4%	4.55	4.47



Kuadran I : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pihak pengelola belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan tidak puas. Atribut yang masuk dalam kuadran ini antara lain : Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status.

Kuadran II : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori pertahankan prestasi antara lain kursi dan meja makan yang nyaman digunakan, ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan, kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan, kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan.

Kuadran III : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Atribut yang masuk dalam kategori prioritas rendah kerapian karyawan, ruang makan yang bersih, suasana ruang makan yang nyaman dan desain tempat yang menarik, toilet yang bersih dan wangi, kemampuan karyawan untuk menyajikan makanan dan minuman, dan pelayanan yang cepat.

Kuadran IV: Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah Kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan dan kesesuaian menu dengan menu yang tersedia.

2. CSI

Customer Satisfaction Index diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Hasil perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 2

No	Nama Atribut	Rata-rata skor kepentingan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata skor kinerja (MSS)	Weighted Score (WS)
1	Kerapian karyawan	4.40	0.06	4.39	0.28
2	Ruang makan yang higienis (bersih)	4.55	0.07	4.44	0.30
3	Suasana ruang makan yang nyaman dan desain tempat menarik	4.41	0.06	4.44	0.29
4	Toilet yang bersih dan wangi	4.45	0.07	4.27	0.28
5	Kursi dan meja makan nyaman digunakan	4.64	0.07	4.61	0.31
6	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman	4.48	0.07	4.45	0.29
7	Pelayanan yang cepat	4.43	0.06	4.44	0.29
8	Ketelitian karyawan dalam melayani Pelanggan	4.69	0.07	4.57	0.31
9	Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	4.57	0.07	4.48	0.30
10	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan	4.59	0.07	4.57	0.31
11	Kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dari konsumen	4.52	0.07	4.48	0.30
12	Kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia	4.52	0.07	4.51	0.30
13	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan	4.72	0.07	4.40	0.30
14	Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status	4.72	0.07	4.47	0.31
15	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan	4.59	0.07	4.55	0.31
Jumlah Total		68.28	1.00	67.07	4.47
CSI= (Weighted Score Total:5) x 100%= 89%					

- a. Weighted Factor : MIS/Total MIS
: $4.40/68.28=0.06$
 - b. Weighted Score: WF x MSS
: $0.06 \times 4.39=0.28$
 - c. CSI : Weighted Score total: HS x 100%
: $4.47:5 \times 100%= 89\%$
- MIS= Mean Importance Score

- MSS= Mean Satisfaction Score
- HS= High Score

Tabel 4

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Simpulan/Conclusion

Berdasarkan hasil perhitungan *customer satisfaction index* didapatkan nilai sebesar 89 %,dimana nilai tersebut berada dalam kategori sangat puas. Hasil dari pemetaan kepentingan dan kinerja dari Noemani Coffeeshop didapatkan dua atribut yang masuk dalam prioritas utama yaitu Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status.

Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi pelayanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Noemani Coffeeshop. Berdasarkan hasil penelitian dengan alat bantu *Importance Performance Analysis* dengan diagram kartesius terdapat beberapa atribut pelayanan yang harus diperbaiki dalam waktu dekat oleh Noemani Coffeeshop yaitu atribut yang terdapat pada kuadran I. Dan bisa digunakan dalam penelitian atau sumber literasi dimasa depan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi Noemani Coffeeshop dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang merupakan salah satu dimensi penting untuk mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Ucapan Terima Kasih/ Acknowledgment

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. I Wayan Putrana, M.Agb, selaku Ketua Penguji, Bapak I Gusti Ketut Gede, SE.,MM, selaku Dosen Penguji I dan Waelan, SE.,M.Sc. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan masukan dan saran terkait skripsi yang telah dibuat.
2. Bapak Suharno selaku pemilik Noemani Coffeeshop yang telah membimbing dan membantu penulis dalam pemenuhan data untuk skripsi ini.
3. Bapak Ir. I Wayan Putrana, M.Agb., selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak I Wayan Wirga, SE.,MBA.,selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Referensi/Reference

- Eka, H. 2015. *Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA(Importance Performance Analysis) Dan CSI(Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang*. Universitas Brawijaya : Malang.
- Maiyanti, S. (2009). *Aplied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analisis (IPA) to know Student Satisfaction level of Sriwijaya University Library Services Jurusan Matematika Fakultas MIPA*. Universitas Sriwijaya. 08.
- Panjaitan, Januar Efendi, A. L. Y. (2016). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG* *Januar*. 11(2).
- Puspitasari, N. B., Suliantoro, H., & Kusumawardhani, L. (2010). *DENGAN MENGGUNAKAN INTEGRASI IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN MODEL KANO (Studi Kasus di PT . Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)*. V(3), 185–198.
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). *PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*. 301–309.