

TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN CAFE KOBESSAH BAGI CUSTOMER

Nilafebriyani¹, Khairunnisa², Slamet Danu Wijianto³

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, Jl. Kusumanegara No.121, Muja Muju, Kec
Umbulharjo, Kota Yogyakarta, DIY
Email : nilafebriyani19@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Cafe Kobessah di Yogyakarta. Dengan menggunakan metode survei, penelitian ini melibatkan 54 responden yang merupakan pelanggan cafe tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari "Sangat Puas" hingga "Sangat Tidak Puas". Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, yang mencerminkan kualitas layanan yang baik di Cafe Kobessah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajemen cafe dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di masa mendatang.
Kata Kunci: Tingkat Kepuasan Pelanggan, Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to measure customer satisfaction with the service provided by Cafe Kobessah in Yogyakarta. Utilizing a survey method, the research involved 54 respondents who are customers of the cafe. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale with five response options, ranging from "Very Satisfied" to "Very Dissatisfied." The results indicate that the majority of customers are satisfied with the service provided, reflecting a good quality of service at Cafe Kobessah. This research is expected to provide insights for the cafe management to enhance service quality and customer satisfaction in the future.
Keywords: Level of Customer Satisfaction, Service

Article History

Received: Desember 2024
Reviewed: Desember 2024
Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons](#)
[Attribution-](#)
[NonCommercial 4.0](#)
[International License](#)

PENDAHULUAN

Yogyakarta, kota pelajar yang dipenuhi dengan semangat muda, merupakan rumah bagi berbagai macam cafe yang menawarkan suasana nyaman dan tempat berkumpul yang ideal bagi mahasiswa. Di tengah hiruk pikuk kehidupan kampus, cafe menjadi tempat pelarian yang menjanjikan ketenangan, koneksi internet yang lancar, minuman dan aneka cemilan yang nikmat untuk menemani waktu belajar, mengerjakan tugas, atau sekadar bersantai bersama teman.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah kafe dan tempat berkumpul di Yogyakarta, Cafe Kobessah hadir sebagai salah satu pilihan bagi customer untuk bersantai, belajar, dan

berinteraksi. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan. Kami mengadakan survei untuk mengukur tingkat kepuasan customer Jogja terhadap pelayanan yang kami berikan. Kualitas pelayanan yang baik mencerminkan perkembangan suatu instansi atau perusahaan guna mendapatkan kepercayaan konsumen, karena tingkat kepercayaan konsumen merupakan hal penting dalam dinamika pasar dan persaingan bisnis.

Cafe Kobessah, dengan lokasinya yang strategis di sekitar kampus dan termasuk murah untuk para customer, suasana yang nyaman, menjadi salah satu tempat favorit di Yogyakarta. Konsepnya yang unik, dengan interior yang menarik dan menu yang beragam, berhasil memikat hati para customer. Namun, di tengah persaingan cafe yang semakin ketat, penting bagi Cafe Kobessah untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis, karena pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Tingkat Kepuasan Pelayanan Cafe Kobessah Bagi Customer".

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata dasar layan dengan kata kerja melayani yang diartikan sebagai penyediaan segala kebutuhan yang diperlukan orang lain. Pelayanan adalah urutan kegiatan yang dilakukan dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan pelanggan. Indahsari & Roni (2022). Sejalan dengan hal itu Kotler & Keller (2006) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang bermanfaat untuk pihak lain dengan dasar tidak berwujud dan tidak berakibat pemilikan sesuatu.

Menurut Sugiarto (1999) pelayanan merupakan usaha maksimal yang diberikan oleh seorang petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri guna memenuhi harapan serta kebutuhan pelanggan agar tercapainya sebuah kepuasan. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian atas keseluruhan fungsi jasa yang diterima secara langsung oleh pelanggan dan bagaimana cara pelayanan tersebut disampaikan, jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan dari pelanggan maka pelayanan tersebut dianggap memiliki kualitas yang baik begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diterima dianggap tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap buruk Parasuraman et al. (1985). Sejalan dengan hal tersebut Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yakni tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan penjelasan beberapa tokoh diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kualitas pelayanan merupakan kepuasan yang didapatkan dari jasa dan usaha maksimal yang dilakukan oleh seorang petugas pelayanan dari sebuah indsutri perusahaan terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono (2000) terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, yakni:

1. Pelayanan yang dirasakan, jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitasnya dianggap baik dan memuaskan.

2. Pelayanan yang diharapkan, jika pelayanan yang diterima pelanggan lebih dari harapan mereka, maka layanan tersebut dianggap buruk. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik atau buruk tergantung pada seberapa konsisten penyedia jasa memenuhi harapan pelanggan.

Indikator dan aspek Kualitas Pelayanan Menurut (Tjiptono, F., & Chandra, 2012) dalam Cesariana et al. (2022) membagi dalam lima dimensi penilaian yakni:

- a) Reliabilitas, yakni kemampuan untuk memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan memuaskan pelanggan.
- b) Responsivitas, yaitu inisiatif dan ketersediaan karyawan untuk melayani pelanggan dengan cepat dan responsif.
- c) Jaminan (assurance), melibatkan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan kepercayaan yang dimiliki karyawan tanpa bahaya fisik, risiko, atau keraguan-raguan.

Pengertian Customer

Secara bahasa kata “customer” merupakan sarapan dari kata bahasa Inggris “*customer*” yang artinya pelanggan atau konsumen sedangkan menurut (Kotler & Keller, 2009) customer adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli ataupun memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi sejalan dengan itu (Maharani & Dzakra, 2021) customer adalah setiap individu pemakai barang dan jasa yang tersedia untuk kepentingan diri sendiri dan tidak untuk diperjual belikan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwasanya customer merupakan seorang individu yang membeli produk atau berlangganan jasa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.

Dalam hal ini customer dalam penelitian ini adalah semua konsumen dan pelanggan kafe kobbesah kopi UAD yang membeli produk dan menggunakan jasa yang tersedia di layanan kafe kobbesah kopi UAD. Pelanggan atau customer yang memakai jasa di kafe kobbesah kopi UAD sangatlah beragam dan berasal dari berbagai kalangan. Mulai dari Mahasiswa, siswa SMA dan SMP ataupun masyarakat pada umumnya yang sekedar *nongkrong* dan duduk santai di kafe kobbesah kopi UAD. Keberagaman customer atau pelanggan semakin menambah banyak permintaan dalam memenuhi pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap customer. Oleh karena itu menuntut pelayanan yang baik di kafe kobbesah kopi UAD agar mampu memenuhi dan memberikan kepuasan maksimal terhadap customer yang datang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut (Sugiyono, 2020) survei adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat dengan menggunakan instrumen skala. Penyebaran skala dilakukan untuk mengukur variable dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan yakni skala *likert*. Skala ini menggunakan 5 opsi jawaban. Menurut (Sugiyono, 2020) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel. 1 Indeks Interpretasi Jawaban

Jawaban atas pernyataan	Skor atas jawaban atas pernyataan
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Subjek dalam penelitian ini merupakan customer yang menjadi konsumen di Cafe Kobessah Kopi UAD 4. Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 54 orang responden yang dipilih secara acak di lokasi penelitian.

Format stimulus yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pernyataan aitem dengan pilihan respon. Format respon sendiri sering disebut dengan istilah anchor yang digunakan untuk pelaporan kondisi subjektif dari subjek penelitian. Format respon dalam penyusunan skala ini menggunakan anchor sikap (persetujuan) menggunakan lima alternatif jawaban yaitu SP (Sangat Puas), P (Puas), CP (Cukup Puas), TP (Tidak Puas), STP (Sangat Tidak Puas).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengisian skala yang disebarakan melalui aplikasi *whatsapp* serta *QR Code* maka dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel. 2 Presentase Hasil Skoring Skala

Tingkat Kepuasan	Total	Presentase
Sangat Puas	194	24%
Puas	429	53%
Cukup Puas	151	19%
Tidak Puas	30	4%
Sangat Tidak Puas	6	1%
Total	810	100%

Pada tabel 2 Presentase Hasil Skoring Skala terdapat 5 kategori antara lain sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas dan sangat tidak puas. Berdasarkan tabel di atas kategori sangat puas memiliki 24%. Kategori puas dihasilkan 53%. Kategori cukup puas dihasilkan 19%. Kategori tidak puas dihasilkan 4% dan kategori sangat tidak puas 1%.

Café kobessah kopi UAD merupakan salah satu café yang terdapat di Yogyakarta. Café ini memiliki 4 cabang yang terletak di Jl. Singoranu, Jl. Anggajaya, Jl. Godean dan Jl. Nglaban. Penelitian ini dilakukan pada Café kobessah kopi UAD yang terletak di Jl. Singoranu Jl. Potronanggan No. Rt 05, Kragilan, Tamanan, Kec, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55191. Café kobessah UAD tersebut merupakan cabang ke tiga yang berdiri pada tahun 2020. Café ini memiliki konsep yang modern dan juga memiliki tempat yang luas. Café ini menyediakan tempat indoor dan outdoor, yang memiliki nuansa estetik. Selain itu, di café kobessah kopi UAD memberikan harga yang relative terjangkau bagi customer diantaranya mahasiswa, sehingga dapat menarik minat mahasiswa untuk sekadar nongkrong atau

mengerjakan tugas. Fasilitas yang tersedia di café kobessah kopi UAD ini yaitu, terdapat AC pada ruangan indoor, live music pada hari tertentu, parkir yang cukup luas, pelayanan yang cepat dan sangat ramah, free wifi, mushola, toilet, lesehan, spot foto dan lain-lain. Café ini buka mulai pukul 08:30 – 01:00 WIB.

Pelaksanaan pengisian skala dilakukan pada tanggal 5 November 2024 pukul 16:30 WIB dengan melibatkan 54 responden dari Customer. Pengisian skala ini menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui aplikasi *whatsapp* serta *QR Code*. Hasil dari pengisian skala kemudian dikategorisasikan berdasarkan pilihan jawaban dari masing-masing aitem pertanyaan yang menggunakan menggunakan lima alternatif jawaban yaitu SP (Sangat Puas), P (Puas), CP (Cukup Puas), TP (Tidak Puas), STP (Sangat Tidak Puas).

KESIMPULAN

Setelah melakukan penyebaran skala kepuasan yang diberikan kepada 54 subjek dengan 15 aitem. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa sebanyak 53% puas dengan pelayanan yang diberikan oleh café kobessah kopi UAD, sebanyak 24% sangat puas dengan pelayan yang diberikan, sebanyak 19% cukup puas, sebanyak 4% tidak puas dan sebanyak 1% sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh café kobessah kopi UAD.

DAFTAR PUSTAKA

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 51–60.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* 12e. New Jersey, 143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14, 178–179.
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659–666.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Sugiarto, E. (1999). *Psikologi pelayanan dalam industri jasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi Fandi Tjiptono, 2004. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan Dan Implikasi*. Manajerial, Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.