Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan

Customer Satisfaction Analysis Ompu Gende Coffee Medan

Mulia Siregar*

Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

Disubmit: 22 April 2021; Diproses: 28 April 2021; Diaccept: 01 Juni 2021; Dipublish: 02 Juni 2021

*Corresponding author: E-mail: muliasiregar0204@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Ompu Gende Coffe Medan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor-faktor yang diambil dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Faktor Situasi, Faktor Pribadi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ompu Gende Coffe Medan. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *Teknik Accidental Sampling*. Skala dalam penelitian ini disusun berdasarkan *Skala Likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). Hasil analisis data berdasarkan hasil *Crosstab* diketahui bahwa Faktor Pribadi 96%, Faktor Situasi 90%, Kualitas Produk 89%, Kualitas Pelayanan 85%, Harga 63%. Dari hasil prosentase masing-masing faktor, maka yang paling tinggi adalah faktor pribadi. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini indeks kepuasan pelanggan adalah $4,01:5 \times 100\% = 80\%$. Nilai indeks kepuasan pelanggan keseluruhan sebesar 80%, ini berada pada rentang 61% - 80% dengan demikian indeks kepuasan pelanggan berdasarkan atribut faktor-faktor kepuasan pelanggan Ompu Gende Coffee Medan termasuk dalam kriteria puas atau tinggi.

Kata Kunci: Faktor Situasi; Faktor Pribadi; Harga; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the Customer Satisfaction Analysis of Ompu Gende Coffe Medan customers. Customer satisfaction is a level where the needs, wants and expectations of customers can be fulfilled which will result in repeat purchases or continued loyalty. The factors taken in this study are Service Quality, Product Quality, Price, Situation Factors, Personal Factors. The population in this study were the customers of Ompu Gende Coffe Medan. The sample of this research was 100 people. Sampling in this study was carried out using the Accidental Sampling Technique. The scale in this study is arranged based on the Likert Scale. The data analysis technique used in this study is the Importance Performance Analysis (IPA) technique. The results of data analysis based on the results of Crosstab show that Personal Factors are 96%, Situation Factors are 90%, Product Quality is 89%, Service Quality is 85%, Prices are 63%. From the results of the percentage of each factor, the highest is the personal factor. Other results obtained from this study the customer satisfaction index is $4.01: 5 \times 100\% = 80\%$. The overall customer satisfaction index value is 80%, this is in the range of 61% - 80%, thus the customer satisfaction index based on the attributes of the customer satisfaction factors of Ompu Gende Coffee Medan is included in the criteria of satisfaction or high.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Price; Situation Factors; Personal Factors; Customer Satisfaction

How to Cite: Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan, *Jurnal Diversita*, 7 (1): 114-120.

PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi ini membuat persaingan bisnis menjadi lebih tajam baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Banyaknya bisnis yang bergerak di bidang produk dan jasa yang serupa, seperti restoran, cafe dan *coffeeshop*. Hal itu terus berkembang dan membua banyak *coffeeshop* menciptakan ide baru yang kreatif agar pengunjungnya memiliki kesan dengan tempat tersebut. Mulai dari pemilihan nama tempat, menu yang unik dan enak sampai tempat untuk spot berfoto.

Ompu Gende Coffee yang baru berdiri pada pertengahan 2017 lalu yang didirikan oleh Ikhlas Ilham Sugara Hutasuhut, berukuran cukup luas dan cukup ramai dikunjungi pelanggan setiap harinya. Melalui hasil observasi awal yang diperoleh peneliti dengan mendapatkan data dari Owner Ompu Gende Coffee yaitu Ikhlas Ilham pada bulan September 2019 dimana Ompu Gende Coffee selalu dikunjungi 100 lebih pelanggan yang datang setiap harinya, lalu puncaknya pada bulan Desember 2019 yang dikunjungi oleh 300 pelanggan perharinya jadi bisa dilihat bahwa pelanggan di Ompu Gende Coffee terus meningkat setiap bulannya. Ompu Gende Coffee selain menjual makanan dan kopi susunya yang enak, Ompu Gende Coffee juga menjual tempat.

Tempatnya yang menarik layaknya cafe-cafe anak muda jaman sekarang, wifi yang kencang, ruangan yang dingin, kamar mandi yang bersih(*indoor*), sedangkan di *outdoor* halamannya luas dan juga Ompu Gende Coffee juga menyediakan musholla yang bersih. Tidak hanya menjual kopi dan makanan ringan, tetapi Ompu Gende

Coffee juga menjual aneka makanan dan minuman lain seperti jus, milk, varian minuman blended, nasi goreng, nasi campur, steak, spaghetti dan yang lainnya.

Menurut Tse dan Wilton (1988), Kepuasan Pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian produk dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk yang bersangkutan. Sedangkan menurut Brown (Dwiastuti & Dkk, 2012), Kepuasan Pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang (*repeat buyer*) atau kesetiaan yang berlanjut.

Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan pelanggan.

Dalam menganalisis pelanggan Ompu Gende Coffee peneliti menggunakan 5 faktor sebagai dasar penilaian agar mendapatkan hasil untuk kepuasan pelanggan yang maksimal, yaitu terdiri dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Faktor Situasi dan Pribadi, faktor-faktor tersebut masuk ke dalam analisis

dari kepuasan pelanggan Ompu Gende Coffee. Zeithmal & Bitner (2003), mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Kualitas pelayanan atas jasa*, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. *Kualitas produk*, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. *Harga*, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
4. *Faktor situasi*, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh pelanggan.
5. *Faktor pribadi* dari pelanggan, yaitu karakteristik pelanggan yang mencakup kebutuhan pribadi.

Jika kepuasan pelanggan berdasarkan 5 faktor tersebut terpenuhi maka pelanggan di Ompu Gende Coffee akan merasa puas. Dalam penelitian ini menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor, kemudian

peneliti menetapkan 100 sampel yang telah ditetapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Ompu Gende Coffee berdasarkan faktor-faktor kepuasan pelanggan yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Faktor Situasi dan Pribadi. Untuk mengetahui urutan yang dominan dari faktor-faktor kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Tahapan penelitian untuk analisis kepuasan pelanggan terhadap faktor-faktor kepuasan pelanggan di Ompu Gende Coffee Medan dengan menghitung indeks kepuasan pelanggan.

Pengumpulan data berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara serta pengamatan langsung ke lapangan mengenai permasalahan yang terjadi dalam kualitas, kinerja dan situasi di Ompu Gende Coffee Medan. Pembuatan kuesioner pada penelitian untuk menentukan kriteria-kriteria atau karakteristik yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner dengan atribut yang digunakan antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan pribadi.

Kuesioner dibuat untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Ompu Gende Coffee Medan. Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan kriteria sudah datang dan membeli lebih dari 2kali dan pelanggan yang kebetulan peneliti temuin saat penyebaran kuesioner berlangsung.

Teknik pengumpulan sampel/subjek penelitian menggunakan Teknik Accidental Sampling. Menurut sugiyono (2009), teknik accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pelanggan yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok menjadi sumber data teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas sampel yang kebetulan ditemuinya.

Skala yang digunakan dalam kuisioner ini menggunakan skala likert. Uji validitas ini dilakukan dengan cara yaitu menggunakan bantuan SPSS 16. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka atribut tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya. Dalam hal ini atribut atau indikator yang tidak valid tidak diikutsertakan dalam perhitungan selanjutnya dan data yang valid akan dilanjutkan dalam perhitungan selanjutnya.

Uji realibilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS 16. Dimana jika hasil perhitungan dengan SPSS mendapatkan nilai $\alpha > 0,7$ maka dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner, maka dapat diketahui nilai variabel kepuasan pelanggan dari faktor-faktor kepuasan pelanggan, setelah itu dilanjutkan ketahap selanjutnya, dimana dapat diketahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dan harus dipertahankan. Untuk faktor yang harus diperbaiki adalah faktor harga dan faktor yang harus dipertahankan adalah faktor kualitas produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil setiap variabel terdiri dari beberapa atribut. Berikut merupakan atribut dari variabel Kepuasan.

Tabel 1 Indikator Instrumen Penelitian

Kepuasan	Indikator
Kualitas pelayanan	Kecepatan dalam pelayanan Pelayanan yang baik Keamanan transaksi
Kualitas produk	Rasa makanan yang enak dan halal Kemasan yang aman untuk takeaway Bahan-bahan yang digunakan berkualitas
Harga	Harga makanan sesuai dengan menu Harga yang terjangkau
Faktor situasi	Kenyamanan ruangan dan lokasi Penampilan karyawan yang rapih
Faktor pribadi	Kebutuhan kondisi pelanggan Memberikan pelayanan tanpa melihat status Memahami kondisi pelanggan

Setelah didapatkan hasil dari kuesioner dengan atribut kepuasan pelanggan dari 100 responden, maka dilakukan uji validasi dari hasil tersebut. Uji validasi dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Sunnyoto, 2011). Dalam penelitian kali ini uji validasi dilakukan untuk mengukur tingkat sah dari kuesioner tersebut.

Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sunnyoto, 2011). Berdasarkan hasil dari Uji Validitas yang diperoleh pada variabel kepuasan sebesar 0,514 yang lebih besar dari 0,5 yang artinya Valid. Kemudian hasil uji reliabilitas didapat nilai cronbach's alpha untuk variabel kepuasan sebesar 0,765 yang keseluruhannya lebih besar dari 0,7

sehingga variabel penelitian di dalam angket dinyatakan telah reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel/Aitem	r-hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan		
KP1	0,863	Valid
KP2	0,801	Valid
KP3	0,641	Valid
KP4	0,727	Valid
Kualitas Produk		
KP1	0,745	Valid
KP2	0,578	Valid
KP3	0,779	Valid
KP4	0,685	Valid
Harga		
H1	0,741	Valid
H2	0,561	Valid
H3	0,574	Valid
H4	0,558	Valid
Faktor Situasi		
FS1	0,755	Valid
FS2	0,627	Valid
FS3	0,840	Valid
FS4	0,778	Valid
Faktor Pribadi		
FP1	0,739	Valid
FP2	0,781	Valid
FP3	0,719	Valid
FP4	0,774	Valid

Sumber: Hasil Analisis data menggunakan SPSS

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Kepuasan	0,765

Sumber: Hasil Analisis data menggunakan SPSS

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien Alpha lebih besar daripada 0,7 (Nunnally, 1967; dalam Ghazali, 2006). variabel kepuasan sebesar 0,765 yang keseluruhannya lebih besar dari 0,7 sehingga variabel penelitian di dalam angket dinyatakan telah reliabel.

Tabel 4 Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan

Atribut	Kepuasan	Weighting Factor	Weighted Score
Kualitas Pelayanan	4,19	20,41%	0,85
Kualitas Produk	4,17	20,09%	0,83
Harga	3,33	19,22%	0,63
Situasi	4,21	20,55%	0,83
Pribadi	4,27	19,74%	0,84
Total	20,17	100,00%	4,01
Indeks Kepuasan Pelanggan			80%

Sumber: Hasil Analisis data menggunakan SPSS

Keterangan:

Weighting Factor = nilai rata-rata masing-masing atribut dibagi dengan total rata-rata *Weighted Score* = nilai rata-rata pada kinerja dikali nilai *weighting factor*

Weighted Average = merupakan total nilai dari *weighted score*

Nilai ini merupakan penjumlahan dari *weighted score* seluruh atribut faktor-faktor kepuasan pelanggan di Ompu Gende Coffee Medan. Indeks kepuasan pelanggan diperoleh dengan membagi nilai *weighted average* dengan skala maksimum yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian indeks kepuasan pelanggan adalah $4,01:5 \times 100\% = 80\%$. Hasil dari indeks kepuasan pelanggan dapat digolongkan menjadi lima kategori. Berdasarkan hasil penelitian nilai maksimal kepuasan adalah 100 dan nilai minimal adalah 0 untuk tidak puas.

Oleh karena digolongkan menjadi lima kategori maka nilai maksimal 100 dibagi 5. Berikut ini adalah rentang nilai pengkategorian untuk indeks kepuasan pelanggan yang diungkapkan oleh Rahman (2008). Berdasarkan hasil *Crosstab* pada masing-masing faktor kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa hasil dari kepuasan pada faktor pribadi termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan hasil dari kepuasan pada faktor harga dalam kategori sedang. Berdasarkan urutan dari hasil penelitian tertinggi pada masing-masing atribut menunjukkan bahwa hasil kepuasan pelanggan terhadap atribut pribadi masuk ke dalam kategori sangat tinggi sebesar 96%.

Selanjutnya hasil dari kepuasan pelanggan terhadap atribut situasi memiliki nilai tertinggi kedua dalam kategori tinggi. Hal ini dapat berarti bahwa kepuasan yang diberikan responden sesuai dengan keadaan dan kondisi yang di alami di Ompu Gende Coffee dan pihak Ompu Gende Coffee juga telah memberikan fasilitas dan layanan yang terbaik, sehingga dapat dikatakan pelanggan telah puas dengan Ompu Gende Coffee pada atribut situasi sebesar 90%. Kemudian kepuasan pelanggan dari atribut kualitas produk yang diberikan nilai oleh responden masuk dalam kategori tinggi yaitu 89%.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada atribut kualitas produk telah masuk dalam kategori tinggi. Urutan selanjutnya dari responden yang menilai kualitas pelayanan di Ompu Gende Coffee Medan masuk dalam kategori tinggi yaitu 85%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada atribut kualitas

pelayanan telah masuk dalam kategori tinggi. Terakhir hasil penilaian responden terhadap atribut harga yang ada di Ompu Gende Coffee Medan masuk dalam kategori sedang yaitu 63%.

Oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan terhadap faktor yaitu harga masih tergolong sedang/cukup. Dengan demikian Caputo (1991), menjelaskan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Situasi, Pribadi yang berlebihan.

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Situasi, Pribadi yang dirasakan oleh seorang pelanggan dapat menjadi faktor penekan yang menghasilkan kondisi-kondisi tertentu, sehingga menuntut manusia memberikan energi atau perhatian (konsentrasi) yang lebih yang harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu (Nurmianto, 2013).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil *crosstab* pada faktor-faktor kepuasan pelanggan yaitu faktor pribadi = 96%, faktor situasi = 90%, kualitas produk = 89%, kualitas pelayanan = 80% dan faktor harga = 63%. Tingkat kepuasan pelanggan yang ditinjau dari semua faktor-faktor kepuasan pelanggan termasuk kedalam tingkat kepuasan yang puas.

Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan indeks kepuasan pelanggan sebesar 80% kontribusi yang masuk dalam kategori puas. Jadi secara keseluruhan pelanggan telah merasa puas sehingga mempercayakan makan dan minum di Ompu Gende Coffee Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Citra, S. 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan Coffee shop di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Dianto, I.W. 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih NO.30*. Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Kotler, A. 2004. *Dasar - Dasar Pemasaran*. (Edisi Kesembilan), Jakarta: Gramedia.
- Kuncoro, M. 2001, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. UUP AMP YKPN Yogyakarta.
- Matondang, Z. 2009. *Validitas dan Reabilitas Suatu Instrumen Penelitian*. Jurnal Tabularasa PPS Unimed vol. 6 no. 1, pp. 87-97.
- Parasuraman, et all. 1998. *Konsep dan Teknik Pengukuran Kualitas Produk Jasa, Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol 4, No I, Hal 55-56.
- Sefilla, R.T.C. 2018. *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kedai Kopi Ulee Kareng di Kota Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Tse dan Wilton (1988). *Kepuasan Pelanggan*, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F. 2006. *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, D. 2019. *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop di Kota Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.