

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI SPOT CAFÉ DENGAN
MENGUNAKAN METODE COSTUMER SATISFACTION INDEX (CSI)
DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

SKRIPSI

Oleh:

ADDINUL FAJAR

188150110



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

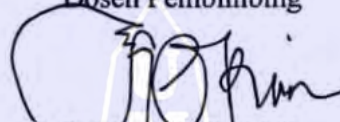
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Spot Café dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)

Nama : Addinul Fajar

NPM : 188150110

Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing



Sutrisno, S.T., M.T.
NIDN. 0102027302

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi



Dekan, Sutrisno, S.T., M.T.
NIDN: 0102027402



Nurke Andri Silviana, S.T., M.T.
NIDN: 0127038802

Tanggal Sidang : 27 Maret 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Addinul Fajar

NPM : 188150110

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan.

Medan, 13 Februari 2024


983BBALX149654300 Addinul Fajar

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Addinul Fajar
NPM : 188150110
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Spot Café dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 13 Februari 2024



Addinul Fajar
188150110

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Padang pada tanggal 21 Juli 1997 dari Bapak Parli Amri dan Ibu Khamisnar (Alm). Penulis merupakan anak ke Empat dari Lima bersaudara. Adapun jenjang pendidikan yang sudah dilalui penulis sebagai berikut:

1. Tahun 2004, Penulis menempuh pendidikan di SD Negeri 21 Lubuk Lintah dan dinyatakan lulus pada tahun 2010.
2. Tahun 2010, Penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 12 Padang dan dinyatakan lulus pada tahun 2013.
3. Tahun 2013, Penulis menempuh pendidikan di SMK SMAK Padang dan dinyatakan lulus pada tahun 2017.
4. Tahun 2018, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Medan Area pada Program Studi Teknik Industri di Fakultas Teknik.

Dengan ketekunan serta motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Spot Café Dengan Menggunakan Metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)”.

ABSTRAK

Addinul Fajar NPM 188150110. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Spot Café Dengan Menggunakan Metode *Costumer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Dibimbing oleh Bapak Sutrisno, ST, MT.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara pengalaman yang dia terima dan harapan yang ingin diperoleh saat berkunjung ke Spot Café. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dinilai dalam penelitian ini antara lain, kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Namun masih ada pelanggan yang tidak merasa puas dengan pengalamannya berkunjung ke Spot Café. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Spot Café. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang belum memenuhi harapan pelanggan. Data yang diambil dalam penelitian ini diperoleh langsung dengan pengisian kuisioner oleh responden sebanyak 100 orang. Data diolah dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai 74,39%, variabel harga mendapatkan nilai 75,68%, dan kualitas produk mendapatkan nilai 73,28% yang artinya pelanggan telah merasa puas dengan. Nilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah sebesar 74,93% sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pengalamannya berkunjung ke Spot Café. Pada pengujian dengan metode IPA terdapat 1 atribut yang masuk dalam kuadran 1 yaitu kesungguhan karyawan Spot Café dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang artinya atribut tersebut harus menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan; harga; kualitas produk; Customer Satisfaction Index (CSI); Importance Performance Analysis (IPA)

ABSTRACT

Addinul Fajar. 188150110. "The Analysis of Customer Satisfaction Level at Spot Café Using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods". Supervised by Sutrisno, S.T., M.T.

Customer satisfaction is the level of consumer feelings after comparing the experience they received and the expectations they hoped to receive when visiting Spot Café. The factors influencing customer satisfaction that were evaluated in this study include service quality, price, and product quality. However, some customers are still dissatisfied with their experience at Spot Café. This research aimed to analyze the level of customer satisfaction based on the factors that could influence the satisfaction of customers visiting Spot Café. Another objective of this research was to determine which factors did not meet customer expectations. The data collected in this research was obtained directly by filling in a questionnaire by 100 respondents. The data was processed using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The results of the research showed that the variable of service quality obtained a value of 74.39%, the variable of price obtained a value of 75.68%, and the variable of product quality obtained a value of 73.28%, which means that the customers were satisfied. The overall customer satisfaction score was 74.93%, so it can be concluded that customers were satisfied with their experience of visiting Spot Café. In the test using the IPA method, there was one attribute included in quadrant 1, namely the seriousness of Spot Café employees in providing service to customers, which meant that this attribute had to be a priority for improvement.

Keywords: Service Quality; Price; Product Quality; Customer Satisfaction Index (CSI); Importance Performance Analysis (IPA)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semuanya. Dengan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Spot Café Dengan Menggunakan Metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Eng. Supriatno, S.T, M.T, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Ibu Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.
4. Bapak Sutrisno, S.T, M.T, selaku Dosen Pembimbing.
5. Staf pengajar dan pegawai di Universitas Medan Area khususnya Program Studi Teknik Industri yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

6. Kepada orang tua yang selalu memberikan support berupa doa dan uang untuk penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kakak dan adik yang telah memberikan dukungan sepenuhnya kepada penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan seangkatan Teknik Industri 2018.
9. Rozi Yuharsyah selaku pemilik Spot Café Indrapura.
10. Seluruh staf dan pegawai Spot Café yang telah mengizinkan pengambilan data penelitian untuk skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan yang dapat memberikan perbaikan untuk penulisan berikutnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan dan ilmu baru bagi semua pihak khususnya bagi penulis pribadi.

Medan, 1 Januari 2024



Addinul Fajar

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Batasan Masalah	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Kualitas Pelayanan	8
2.2. Kepuasan Pelanggan	12
2.3. Penentuan Jumlah Sampel.....	15
2.4. Uji Validitas.....	16

2.5.	Uji Reliabilitas	17
2.6.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	18
2.7.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	19
2.8.	Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2.	Metode Penelitian.....	25
3.3.	Sumber Data	25
3.4.	Variabel Penelitian	26
3.5.	Kerangka Berpikir	27
3.6.	Skala Pengukuran.....	31
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8.	Pengolahan Data	32
3.9.	Diagram Alir Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Pengumpulan Data	37
4.2.	Pengolahan Data	42
4.3.	Customer Satisfaction Index (CSI)	47
4.4.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	52
4.5.	Analisis Pengolahan Data	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1.	Kesimpulan	63
5.2.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Prasurvei Pengunjung Spot Café.....	2
Tabel 2. 2 Tabel Costumer Satisfaction Index (CSI).....	18
Tabel 3. 1. Waktu Penelitian TA. 2022/2023–2023/2024	25
Tabel 3. 2. Variabel Operasional	28
Tabel 3. 3. Skala Likert.....	31
Tabel 4. 1. Tabel Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kepentingan	37
Tabel 4. 2. Tabel Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kepuasan.....	40
Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas Atribut.....	44
Tabel 4. 4. Cronbach’s Alpha Pada Uji Reliabilitas Skor Kepentingan	45
Tabel 4. 5. Cronbach’s Alpha Pada Uji Reliabilitas Skor Kepuasan.....	46
Tabel 4. 6. Hasil Perhitungan CSI Terhadap Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4. 7. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index Terhadap Harga.....	49
Tabel 4. 8. Hasil Pehitungan CSI Terhadap Kualitas Produk	50
Tabel 4. 9. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI).....	51
Tabel 4. 10. Tabel Tingkat Kesesuaian.....	54
Tabel 4.11. Nilai Rata–Rata Atribut	55
Tabel 4. 12. Atribut Kuadran Prioritas Perbaikan	57
Tabel 4. 13. Atribut Kuadran Pertahankan.....	58
Tabel 4. 14. Atribut Kuadran Prioritas Rendah.....	58
Tabel 4. 15. Atribut Kuadran Berlebihan.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pelanggan Spot Café Periode Januari–Juli 2023	2
Gambar 2.1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis.....	21
Gambar 3.1. Kerangka Berpikir	28
Gambar 3.2. Diagram Alir Penelitian	36
Gambar 4. 1. Diagram Kartesius	57



BAB I

PENDAHULUAN

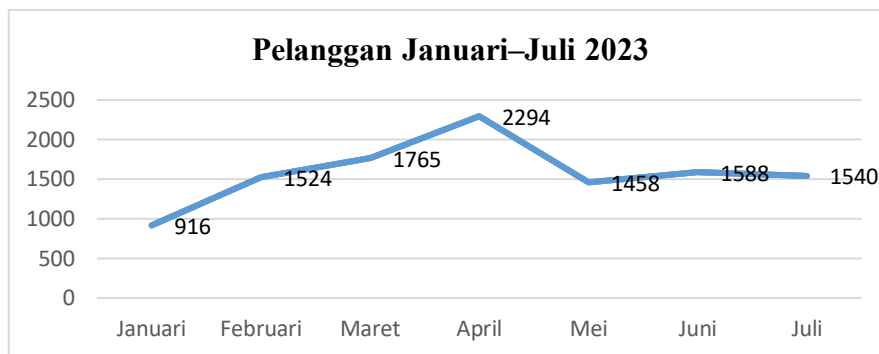
1.1. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan menjadi suatu tolok ukur perusahaan untuk melakukan tindakan perbaikan dimasa yang akan datang. Jika konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan, maka kemungkinan besar konsumen tersebut tidak akan berlangganan dan bisa jadi akan memberitahukan keluhannya kepada calon pelanggan lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya, Umar dalam (Indrasari, 2019). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Indrasari, 2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dan kinerja yang diharapkan.

Spot Café yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman, Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara Sumatera Utara, 21256 merupakan tempat berkumpul anak muda di daerah Kabupaten Batu Bara. Dengan didukung oleh area *indoor* dan *outdoor* yang bersih dan nyaman. Produk yang disediakan di Spot Café antara lain minuman yang berbahan dasar kopi, makanan berat dan makanan ringan.

Dari data awal yang didapatkan dari pengelola Spot Café, penulis mendapatkan data sebagai berikut.



Gambar 1.1. Jumlah Pelanggan Spot Café Periode Januari-Juli 2023

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan yang datang setiap bulannya tidak konsisten. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagi peneliti, mengenai penyebab menurunnya jumlah pelanggan yang datang di Spot Café. Pertanyaan tersebut mengacu pada usaha kuliner pasti memiliki kualitas produk, pelayanan dan faktor lainnya yang harus selalu diperhatikan, karena faktor-faktor tersebut merupakan faktor penentu yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam menganalisis pelanggan Spot Café peneliti menggunakan 3 faktor sebagai dasar penilaian agar mendapatkan hasil untuk tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal. Tiga faktor tersebut antara lain kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Faktor-faktor tersebut termasuk dalam analisis dari tingkat kepuasan pelanggan Spot Café.

Tabel 1. 1. Data Prasarvei Pengunjung Spot Café.

No	Indikator Kepuasan Pelanggan	Pernyataan	Tanggapan	
			Puas	Tidak Puas
1	Kualitas Pelayanan	Karyawan Spot Café memberikan pelayanan dengan baik.	5	5
2	Harga	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan produk yang disajikan.	6	4
3	Kualitas Produk	Produk yang disajikan selalu dalam keadaan yang baik.	6	4

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan baik, maka pelanggan akan merasa puas dan ingin kembali untuk melakukan pembelian. Salah satu hal diperhatikan dari kualitas pelayanan adalah waktu tunggu pelanggan semenjak memesan makanan dan minuman hingga pesanan sampai di meja pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Spot Café masih kurang maksimal. Salah satu indikator pelayanan yang masih kurang maksimal adalah karyawan Spot Café masih kurang tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil survei awal yang penulis lakukan, jawaban dari pengunjung adalah 5 dari 10 pengunjung merasa tidak puas dengan pelayanan karyawan di Spot Café.

Harga juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Salah satunya harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan. Namun harga yang diberikan untuk setiap makanan dan minuman lebih mahal dari pada harga produk yang sama dengan café lain. Sebagai contoh harga nasi goreng di Spot Café sebesar Rp. 20.000,- sedangkan harga nasi goreng di tempat lain adalah Rp. 10.000,- sampai Rp. 15.000,-. Sehingga 4 dari 10 pengunjung merasa tidak puas dengan harga yang ditetapkan oleh pengelola Spot Café.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang juga menjadi penentu untuk pelanggan melakukan *repeat order*. Produk merupakan sesuatu yang langsung bersentuhan dengan pelanggan, sehingga kualitas dari produk harus sangat diperhatikan. Namun, terkadang rasa makanan atau minuman yang disajikan tidak konsisten sehingga beberapa pengunjung merasa tidak puas dengan apa yang didapatkan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil prasurvei yang penulis lakukan yang

menunjukkan 4 dari 10 pengunjung merasa tidak puas dengan kualitas produk yang disajikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam keberlangsungan usaha. Dalam hal ini usaha di bidang makanan dan minuman. Oleh karena itu, penulis menganggap penelitian terhadap kepuasan pelanggan ini sangat penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat terus berjalan sesuai dengan harapan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian pada latar belakang, maka dapat diketahui rumusan masalah yang terjadi di Spot Café adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café?
4. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di Spot Café?
5. Apa yang mengakibatkan tingkat kepuasan pelanggan menjadi tidak maksimal?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Spot Café.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Spot Café.
5. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan tidak maksimal.

1.4. Batasan Masalah

Dibutuhkan ruang lingkup atau Batasan yang jelas untuk melakukan penlitian agar dapat lebih terarah dan jelas. Kepuasan konsumen yang diukur berdasarkan pada kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Spot Cafe

Sebagai informasi atau referensi yang dapat digunakan untuk peningkatan kualitas pelayanan untuk memperoleh kepuasan pelanggan dan mendapatkan pelanggan yang loyal kepada Spot Café.

2. Bagi Universitas Medan Area

Sebagai tambahan referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Medan Area secara umum dan bagi mahasiswa program studi Teknik Industri secara khusus.

3. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan mengenai kepuasan pelanggan dan juga sebagai sarana penambah wawasan, pengetahuan, dan

pengalaman serta sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana teknik dari Universitas Medan Area.

1.6. Sistematika Penulisan

Ada beberapa sistematika penulisan skripsi yang disusun sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakan yang menjelaskan tentang permasalahan yang terjadi, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang rangkuman hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu juga berisikan konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang ada dan dasar teori yang mendukung kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian, dan data apa saja yang digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan agan alir penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini data hasil penelitian dan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan. pembahasan tentang hasil pengolahan data juga dibahas pada bab ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

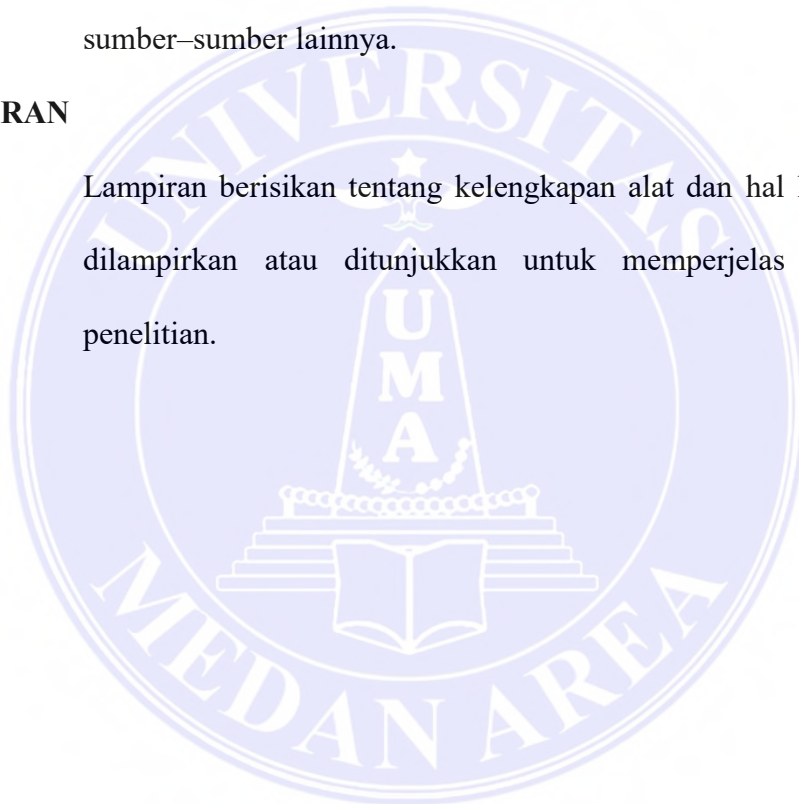
Pada bab ini berikan kesimpulan yang didapatkan berdasarkan pada hasil pengolahan data dan juga saran atau masukkan yang dirasa perlu untuk peneliti dan objek penelitian (Spot Café).

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisikan tentang sumber–sumber yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, baik berupa jurnal, buku, maupun sumber–sumber lainnya.

LAMPIRAN

Lampiran berisikan tentang kelengkapan alat dan hal lain yang perlu dilampirkan atau ditunjukkan untuk memperjelas uraian dalam penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1. Defenisi Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2019) kualitas pelayanan ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini merupakan sesuatu yang tidak pasti, melainkan fleksibel dan dapat berubah. Perubahan ini tentunya merupakan perubahan kualitas pelayanan yang lebih meningkat. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal agar menunjang prosesnya. Misalnya survey atau observasi kepada pelanggan, termasuk berupa masukan, *feedback*, maupun pendapat tentang pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019), kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari sebuah atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Dari defenisi kualitas tersebut terdiri dari elemen–elemen, yaitu:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan.
2. Kualitas meliputi produk, jasa, manusia dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan suatu kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen. Demikian juga sebaliknya, kualitas dikatakan jelek apabila pelanggan memperoleh pelayan lebih rendah dari harapan mereka.

2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas pelayan yang diberikan telah sesuai dengan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai. Menurut (Tjiptono, 2011) dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung merupakan factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan fisik). Bukti langsung yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Meliputi fasilitas fisik, karyawan, perlengkapan dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk menunjukkan keandalan dalam layanan yang dijanjikan dengan bertanggung jawab dan akurat kepada pelanggan. Keandalan berarti

perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah dan harga. Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan. Keandalan meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right from the first time*), memenuhi janjinya yang akurat dan handal, menyampaikan data secara tepat dan mengirim tagihan yang akurat.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan akan selalu bersikap sopan kepada setiap pelanggan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah dari pelanggan. Dimensi ini mungkin menjadi bagian penting dari layanan dimana pelanggan merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang mereka jual. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. Daya tanggap yaitu kesiapan dan kesiapan karyawan yang membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan

permintaan pelanggan, pertanyaan, complain dan masalah yang terjadi. Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, cepat serta memuaskan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan, serta memperhatikan emosi dan perasaan pelanggan dan juga tersedianya perhatian atau atensi untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

2.1.3. Jenis–Jenis Pelayanan

Menurut Tjiptono et al. (2006) terdapat berbagai macam kategori atau jenis unsur pelayanan sebagai berikut:

1. Informasi misalnya jalan atau arah menuju lokasi produsen, jadwal peyampaian produk, harga, instruksi, dokumentasi, konfirmasi, reserfasi tiket dan lain–lain.
2. Konsultasi seperti pemberian saran, konseling pribadi dan konseling manajemen atau teknis.
3. *Order taking* atau pemesanan meliputi aplikasi atau pendaftaran keanggotaan tertentu, jasa berbasis kualifikasi, *order entry* dari reservasi.
4. *Hospitality* atau keramah–tamahan meliputi sambutan, *foods and beverages*, toilet, kelengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu dan keamanan.

5. *Caretaking* terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang yang dimiliki pembeli yang mereka bawa serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli konsumen.
6. *Exception* atau pengecualian meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain, pujian, dan saran, pemecahan masalah dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi dan sebagainya).
7. *Billing* atau pengajuan rekening meliputi laporan rekening periodik faktur, untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening.
8. Pembayaran dalam bentuk pembayaran swalayan oleh konsumen, konsumen berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening konsumen.

2.2. Kepuasan Pelanggan

2.2.1. Defenisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Lenne dalam Indrasari (2019) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap pelayanan produk maupun jasa cenderung untuk membeli kembali produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti

kepuasan merupakan hal penting bagi konsumen dalam pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dalam volume penjualan perusahaan.

2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Indrasari (2019) perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara menjual produk dengan harga yang lebih murah, atau meningkatkan pelayanan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara tidak langsung, pernyataan tersebut menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten dan sesuai dengan prosedur. dalam hal ini perusahaan diwajibkan untuk mengetahui keinginan pelanggan, sehingga pelanggan dapat menerima kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan.

2. Harga

Harga merupakan keputusan pemasaran paling dasar diantara program-program pemasaran lainnya, karena disetiap produk maupun jasa memiliki harga. Harga juga merupakan nilai yang dibebankan atas suatu produk maupun jasa atau jumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk maupun jasa.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut

penting lainnya. Produk yang dapat memenuhi harapan pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

2.2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusan pada pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi.

Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi juga pemantauan *customer loss rate*

juga penting. Peningkatan *costumer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

2.3. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2022).

Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka rumus perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2022)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

z : Harga dalam simpangan kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p : Peluang benar 50% = 0,5

q : Peluang salah 50% = 0,5

e : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10%

2.4. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan uji validitas konstruk. Validitas yang digunakan untuk melihat hubungan antara hasil pengukuran suatu alat ukur dengan konsep teoritik yang dimilikinya (Sugiyono, 2022). Pengujian validitas dapat dihitung dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r : koefisien korelasi (validitas)

X : skor pada subjek item x

Y : skor subjek total

xy : skor pada subjek item n dikalikan skor total

N : banyaknya subjek atau responden

Apabila pengujian validitas pada pertanyaan ini memberikan hasil yang valid, maka kuisisioner sudah layak untuk disebarakan, tetapi apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid, kemungkinan pertanyaan tersebut kurang baik dalam penyusunannya, sehingga menghasilkan penafsiran yang berbeda (Azwar, 2012). Perhitungan uji validitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Langkah–langkah uji validitas menggunakan program aplikasi SPSS sebagai berikut:

1. Buka program aplikasi SPSS versi 23.0.
2. Klik *Variable View*, pada kolom *name* tuliskan jumlah *item* dari soal kuisisioner dimana jumlah soal kuisisioner sebanyak 13 pernyataan.

3. Klik *Data View* pada bagian bawah dan masukkan data hasil kuisioner yang telah disebar.
4. Selanjutnya pilih menu *Analyze*, kemudian pilih sub menu *Correlate*, dan pilih menu *Bivariate*.
5. Kemudian akan menampilkan kotal baru dari kotak dialog *Bivariate Correlation*, kemudian semua variabel ke kotak *Variables*. Pada bagian *Correlations Coefficients* diberi pada *Pearson*, pada bagian *Test of Significant* pilih *Two-Tailed*. Beri pada *Flag Significant Correlations* kemudian klik OK.
6. Hasil output yang diperoleh akan keluar.

2.5. Uji Reliabilitas

Apabila kuisioner sudah terbukti valid, maka selanjutnya akan diuji reabilitasnya. Reabilitas adalah tingkat keandalan kuisioner. Kuisioner yang reliabel adalah kuisioner yang apabila diuji secara berulang-ulang maka kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Angka koefisien reabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisioner dinyatakan reliabel jika memberikan nilai alpha > 0.60 (Sugiyono, 2022). Apabila koefisien reabilitas > 0.6, maka kuisioner dinyatakan reliabel. Berikut rumus yang digunakan untuk uji reliabilitas :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2_j}{s^2_x}\right)$$

Keterangan :

α : koefisien reliabilitas alpha

k : jumlah atribut

S_j : varians responden untuk item I

Sx : jumlah varians skor total

2.6. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah analisis kualitatif berupa persentase pelanggan yang senang pada suatu survei kepuasan pelanggan (Tjahyadi et al., 2017). CSI digunakan untuk menjelaskan kepuasan digambarkan dengan memandang serta mengetahui tingkat kepentingan pelayanan dan atribut produk. Interpretasi nilai CSI dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 2. 1 Tabel *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Angka Indeks	Interpretasi
0–34%	Tidak Puas
35%–50%	Kurang Puas
51%–65%	Cukup Puas
66%–80%	Puas
81%–100%	Sangat Puas

Keterangan : angka Indeks Kepuasan Pelanggan

Berikut ini adalah pengolahan yang digunakan pada metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dilakukan melalui 4 tahap sebagai berikut.

1. Menghitung *Weighting Factor (WF)*

Mengubah nilai kepentingan menjadi angka presentasi dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut diuji, sehingga diperoleh total WF 100%.

$$WF\% = \frac{\bar{y}}{(\sum_{i=1}^p \bar{y}): responden}$$

Dimana:

p = atribut kepentingan ke-p

2. Membuat Weight Score (WS)

Perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS = WF\% \times \bar{x}$$

- a. Menentukan Weight Total (WT)

Menjumlahkan WS dari semua atribut.

$$WS = \sum_{i=1}^p WS$$

- b. Menghitung *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

Weight Total dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5) kemudian dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{HS} \times 100\%$$

Dimana :

p : atribut kepentingan ke-p

HS (*High Scale*) : skala maksimum yang digunakan yaitu 5

2.7. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Pada konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah menganalisis tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel di mata konsumen dengan kinerja perusahaan tersebut. Dengan demikian pelayanan akan lebih bermanfaat jika berdasarkan pada kebutuhan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan.

Dalam IPA, hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh pelanggan maka digunakan diagram Cartesius yang dibagi menjadi 4 bagian dan dibatasi oleh 2 garis berpotongan tegak lurus (x dan y) dimana x adalah rata-rata dari rata-rata n-skor tingkat kinerja dan y adalah rata-rata dari rata-rata n-skor

tingkat kepentingan. Selanjutnya tingkat unsur–unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) (Supranto, 2011).

Evaluasi tingkat kinerja yang dapat mewakili tingkat kepuasan pelanggan diwakili dengan huruf X, dan evaluasi tingkat kepentingan diwakili oleh huruf Y. Total penilaian tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh dengan cara menjumlahkan skor penilaian yang diberikan konsumen. Hasil perhitungan akan digambarkan dalam diagram kartesius. Masing–masing atribut digambarkan dalam diagram tersebut berdasarkan skor rata–rata, dimana rata–rata skor penilaian kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan dengan skor rata–rata tingkat kepentingan (Y). Adapun rumus yang digunakan adalah.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Dimana:

\bar{x} : nilai rata–rata kinerja atribut / pertanyaan

\bar{y} : nilai rata–rata kepentingan atribut / pertanyaan

n : jumlah atribut / pertanyaan

Diagram Kartesius adalah ruang yang dibagi menjadi 4 bagian dan ditentukan oleh 2 garis yang berpotongan tegak lurus pada suatu titik (a,b). Titik tersebut didapatkan dari rumus:

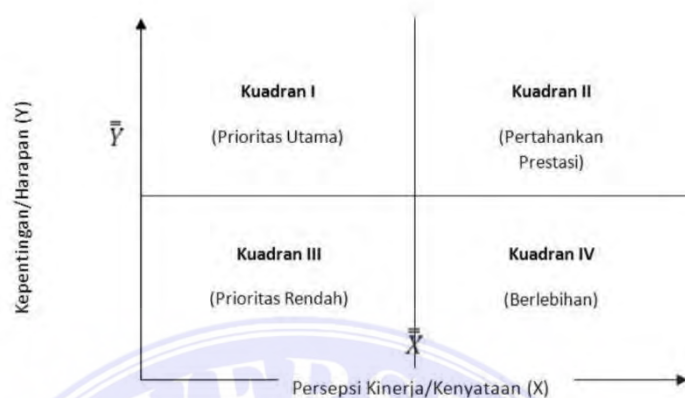
$$a = \frac{X_i}{k} \qquad b = \frac{Y_i}{k}$$

Dimana:

a : batas sumbu X (tingkat kinerja)

b : batas sumbu Y (tingkat kepentingan)

k : jumlah atribut/pertanyaan



Gambar 2. 1. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*

Keterangan:

1. Kuadran I

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan kecewa dan tidak puas.

2. Kuadran II

Unsur jasa pokok yang telah berhasil dilakukan dengan baik oleh perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan.

3. Kuadran III

Menunjukkan faktor-faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Maksudnya atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap atribut yang masuk dalam

kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut tersebut bergeser ke kuadran I.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini atributnya memiliki harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas produk melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Berikut adalah kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan.

1. Tingkat kesesuaian $> 100\%$, yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan, dengan kata lain pelayanan sangat memuaskan.
2. Tingkat kesesuaian $= 100\%$, berarti kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan, artinya pelayanan telah memuaskan pelanggan.
3. Tingkat kesesuaian $< 100\%$, berarti kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, artinya pelanggan belum puas dengan pelayanan yang telah diberikan

Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan (Supranto, 2011)

$$TKi = \frac{Ki}{Hi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi : Tingkat kesesuaian

Ki : Skor penilaian tingkat kinerja

Hi : Skor penilaian tingkat kepentingan

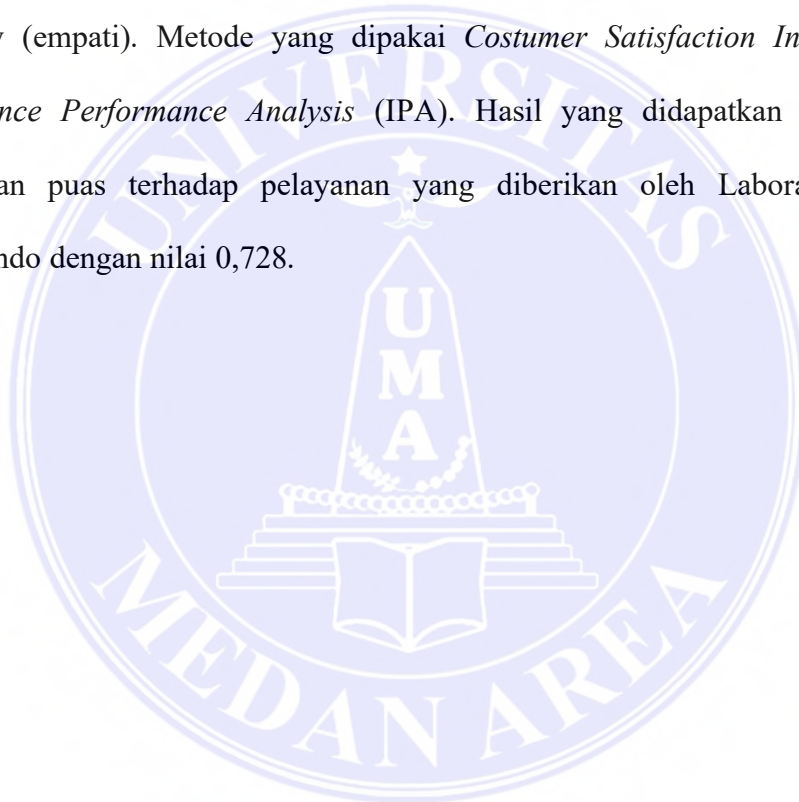
2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2020), dengan permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana persepsi tingkat kepercayaan pelanggan dan pengetahuan subjektif dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali layanan *ride-haling* yang ada di kota Palopo. Variabel yang diuji yaitu kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan niat menggunakan ulang. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian secara simultan variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ulang layanan transportasi online. Sedangkan dari hasil pengujian parsial hanya variabel kepercayaan yang berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ulang layanan transportasi online di kota Palopo.

Analisis kepuasan pelanggan elektronik shopee menggunakan metode *E-service Quality* dan Kartesius yang dilakukan oleh Pranitasari et al. (2021). Pemasalahan yang dibahas adalah bagaimana tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan elektronik shopee. Variabel yang diuji dalam penelitian ini efisiensi, pemenuhan, keandalan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak. Metode yang digunakan *E-*

service Quality dan *Importance Performance Analysis*. Hasil dari penelitian adalah tingkat kepuasan pelanggan Shopee terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 99%.

Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja yang dilakukan oleh Arisandi et al. (2019). Permasalahan yang dihadapi adalah tidak adanya pengukuran terhadap kepuasan pelanggan. variabel yang diuji adalah tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Metode yang dipakai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil yang didapatkan dari penelitian pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Laboratorium Klinik Wasterindo dengan nilai 0,728.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Spot Café Indrapura yang berada di Jl. Jendral Sudirman, Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara Sumatera Utara, 21256.

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan tabel waktu penelitian di bawah ini.

Tabel 3. 1. Waktu Penelitian TA. 2022/2023–2023/2024

No	Kegiatan	TA. 2022/2023–2023/2024						
		Jun	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Mengajukan judul	✓						
2	Melaksanakan seminar proposal		✓					
3	Pengambilan data			✓	✓			
4	Pengajuan SK seminar hasil					✓		
5	Melaksanakan seminar hasil						✓	
6	Perbaikan perbaikan sesuai seminar hasil						✓	
7	Pengajuan SK sidang skripsi						✓	
8	Melaksanakan sidang skripsi							✓

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan termasuk penelitian metode kuantitatif, Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022).

3.3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sugiyono (2022) menyatakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan atau lokasi penelitian. Data primer ini penulis peroleh langsung dari hasil wawancara dan penyebaran kuisioner kepada para pelanggan yang datang ke Spot Café.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2022) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang berupa dokumentasi dari hasil penelitian terdahulu atau bisa disebut juga dengan data dokumentasi. Data sekunder penulis peroleh dari *owner* Spot Café yang berupa data penjualan makanan dan minuman pada bulan Januari sampai bulan Juli 2023 di Spot Cafe.

3.4. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau obyek dengan obyek yang lain menurut Hatch dan Farhady dalam (Sugiyono, 2022).

3.4.1. Variabel Independen

Variabel independent (variabel bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2022). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk di Spot Café.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sifat dan sikap dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

2. Harga

Harga merupakan keputusan pemasaran paling dasar diantara program-program pemasaran lainnya, karena disetiap produk maupun jasa memiliki harga. Harga juga merupakan nilai yang dibebankan atas suatu produk maupun jasa atau jumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk maupun jasa.

3. Kualitas Produk

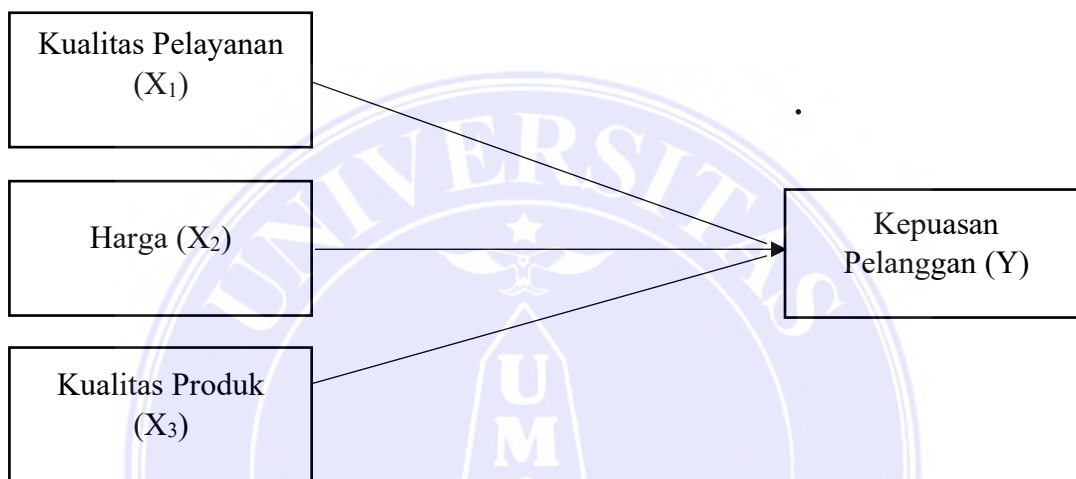
Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut penting lainnya. Produk yang dapat memenuhi harapan pelanggan akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

3.4.2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan Spot Café.

3.5. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independent dan dependen (Sugiyono, 2022).



Gambar 3. 1. Kerangka Berpikir

Berikut defenisi operasional dari masing–masing variabel kerangka berpikir :

Tabel 3. 2. Variabel Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan yang baik yaitu kesesuaian pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan (Indrasari, 2019).	X1.1) Ketanggapan pelayanan. X1.2) Keramahan pelayanan. X1.3) Jaminan kenyamanan. X1.4) Kesungguhan dalam memberikan pelayanan.
Harga	Harga yang lebih murah dengan kualitas makanan dan minuman yang sama akan memberikan kepuasan kepada pelanggan (Indrasari, 2019).	X2.1) Harga makanan sesuai dengan kualitas. X2.2) Harga minuman sesuai dengan kualitas yang diberikan. X2.3) Harga dapat bersaing dengan pesaing.

Variabel	Defenisi	Indikator
Kualitas Produk	Kualitas produk ditentukan oleh kualitas makanan dan minuman yang sesuai dengan harapan (Indrasari, 2019).	X _{3.1}) Rasa makanan dan minuman enak. X _{3.2}) Makanan dan minuman dalam kondisi baru. X _{3.3}) Makanan dan minuman sesuai dengan harapan.
Kepuasan Pelanggan	Pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, kualitas yang diberikan sesuai dengan penawaran yang diberikan (Indrasari, 2019).	Y ₁) Pelanggan datang kembali atau <i>repeat order</i> . Y ₂) Produk sesuai dengan gambar. Y ₃) Kesiediaan merekomendasikan.

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Berdasarkan pada penelitian Irfan (2018) menerangkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Vanessa et al., 2020), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Harga

Menurut Ramli dalam Indrasari (2019) harga adalah nilai relative dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang

diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Sedangkan menurut Swatha dalam (Indrasari, 2019), harga adalah sejumlah uang (ditambah produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Berdasarkan pada hasil penelitian Gofur (2019), yang menerangkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. menurut penelitian (Krisdayanto et al., 2018), yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

H₂ : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Phillip et al., 2014). Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan pada hasil penelitian Siregar (2021), yang menjelaskan bahwa dengan dengan tingkat kepuasan sebesar 90% yang menunjukkan bahwa pelanggan telah puas dengan kualitas produk yang ada di Ompu Gende Coffee Medan. Menurut penelitian (Maghfiroh, 2019), kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dari uraian dapat disimpulkan bahwa:

H₃: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

3.6. Skala Pengukuran

Variabel skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2022) Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert menggunakan 5 (lima) tingkatan jawaban yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 3. 3. Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2022)

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dengan menyebarkan kuisioner dan melakukan pencarian informasi dari buku, jurnal dan penelitian terdahulu.

3.7.1. Wawancara (Kuisisioner)

Untuk memperoleh data atau informasi dalam sebuah penelitian perlu dilakukan pengumpulan data. Data yang digunakan dalam memecahkan masalah penelitian ini harus benar-benar akurat dan dapat dipercaya. Data yang diperoleh

melalui metode kuisisioner yaitu alat pengumpulan data yang berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh subjek penelitian. Menurut (Sugiyono, 2022), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.7.2. Studi Kepustakaan

Data atau informasi yang didapat dari buku, artikel, makalah, dan lain sebagainya yang membahas objek bahasan yang sama.

3.7.3. Penentuan Jumlah Sampel

Penelitian akan dilakukan pada suatu kelompok pelanggan dengan jumlah yang tidak diketahui. Berapakah jumlah sampel pelanggan yang diperlukan, bila *sampling error* 10%.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Spot Café adalah 100 orang.

3.8. Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan proses mengubah data menjadi informasi. Kumpulan data yang pada awalnya tidak memiliki informasi yang dapat disimpulkan jika dilakukan proses pengolahan data maka akan menghasilkan informasi.

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode validitas konstruk. Uji validitas digunakan untuk melihat hubungan antara hasil suatu alat ukur dengan konsep teoritik yang dimilikinya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu (Al Hakim et al., 2021):

1. Apabila R_{hitung} lebih besar dari pada R_{tabel} , dengan begitu item pernyataan yang ada pada kuisisioner dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, berarti item sebuah kuisisioner dinyatakan valid.
2. Apabila R_{hitung} lebih kecil dari pada R_{tabel} , dengan begitu item pernyataan dalam sebuah kuisisioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, berarti item sebuah kuisisioner dinyatakan tidak valid.

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Langkah untuk melakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi SPSS yaitu dengan menjumlahkan skor dari masing-masing variabel. Kemudian masuk ke menu Analyze, Correlate kemudian Bivariate. Isi variabel dengan menunjukkan item variabel. Jangan lupa tandai Pearson, *Two-Tailed* dan *Flag Significant Correlation*. Lalu klik OK.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang jika dilakukan pengujian berulang kali pada kelompok yang sama akan menghasilkan hasil yang sama. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisisioner yang reliabel jika diberikan nilai $\alpha > 0.60$. Apabila hasil reliabilitas kuisisioner > 0.60 maka kuisisioner dikatakan telah reliabel (Arikunto, 2016).

3.8.3. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah data (sampel) minimal yang harus diperoleh untuk dapat mewakili keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh valid dan bisa dipertanggung jawabkan. Uji kecukupan data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil telah cukup atau belum.

Uji kecukupan data dilakukan pada masing–masing atribut kuisisioner. Atribut pertanyaan yang diolah pada uji kecukupan data ini adalah data yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Berikut ini perhitungan uji kecukupan data :

$$n' = \left(\frac{k}{s} \sqrt{N \sum xi^2 - (xi)^2} \right)^2$$

Keterangan :

- n' : jumlah data pengamatan yang seharusnya diambil
- k : tingkat keyakinan 95% = 2
- s : derajat ketelitian 5% = 0.05
- N : jumlah data pengamatan awal
- x : sampel

Menurut Yudisha (2021) data dianggap cukup jika nilai $N' < N$ dan dinyatakan tidak cukup jika nilai $N' > N$. Jika data tidak cukup, maka kita perlu menambahkan data atau memotong data yang tidak relevan dengan data lainnya.

3.8.4. Analisis Data *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

Setelah mengetahui berapa sampel yang harus didapatkan, responden, uji validitas dan uji reabilitas telah menerima bobot masing-masing variabel mutu. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap data *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Dari hasil analisis akan didapatkan kesimpulan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Spot Café.

3.8.5. Pengolahan Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Ada 2 tahapan dalam melakukan pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) antara lain:

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

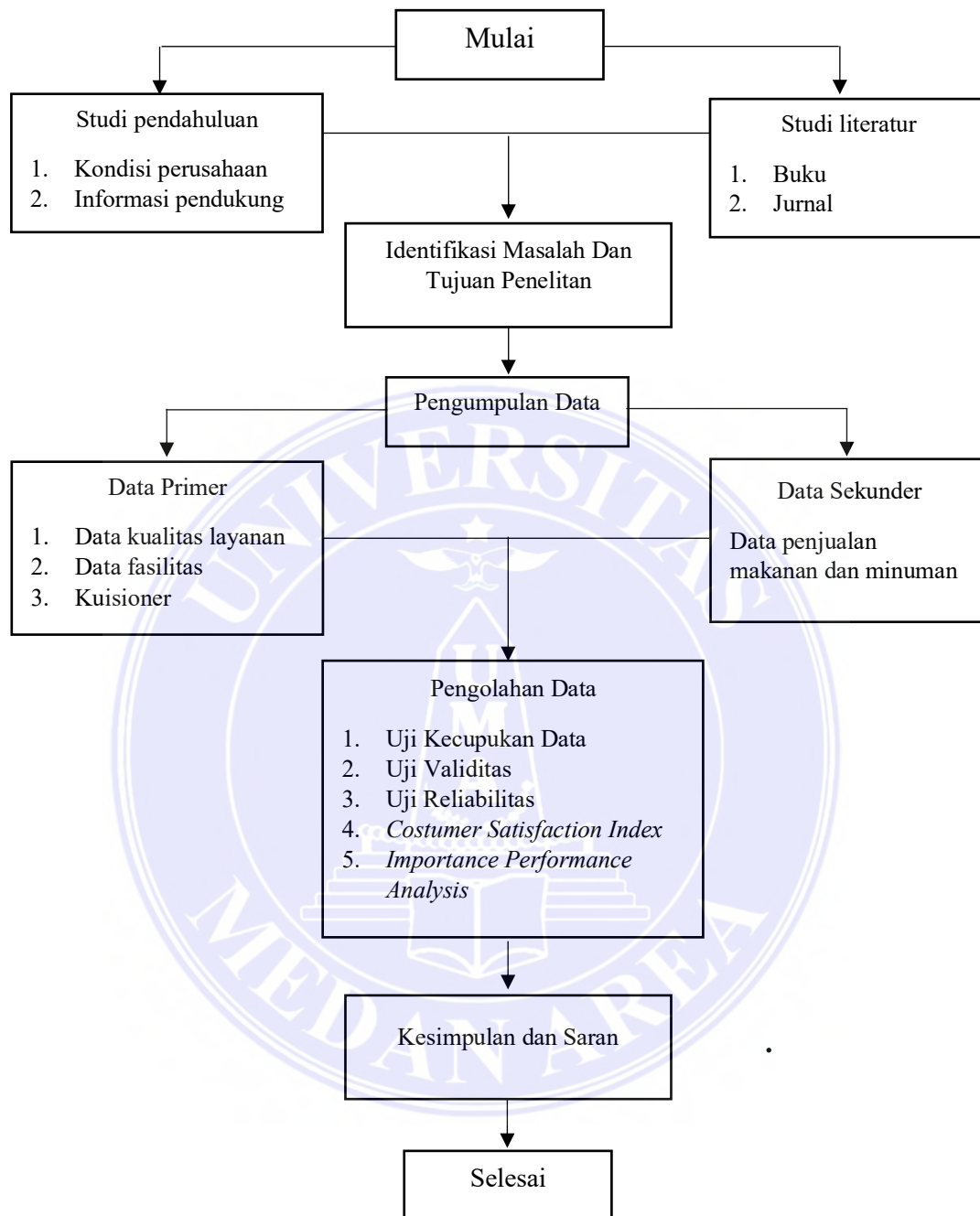
Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Hasil perbandingan inilah yang menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Analisis Diagram Kartesius

Menggambarkan diagram kartesius dengan nilai tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan dengan sumbu x dan y merupakan tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.9. Diagram Alir Penelitian

Adapun tahapan yang dilakukan pada penelitian ini digambarkan dalam diagram alir penelitian yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 3. 2. Diagram Alir Penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan di Spot Café, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan mendapatkan nilai 74,39%. Hasil ini didapatkan setelah dilakukan survey kepada pelanggan dengan pertanyaan :
 - a. Ketanggapan karyawan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan di Spot Café.
 - b. Keramahan karyawan saat melayani pelanggan di Spot Café.
 - c. Jaminan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan Spot Café.
 - d. Kesungguhan karyawan Spot Café dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan pada nilai CSI yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Spot Café.

2. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan paling tinggi adalah faktor harga dengan nilai 75,68%. Hasil ini didapatkan setelah dilakukan survey kepada pelanggan dengan pertanyaan :
 - a. Harga makanan sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan.
 - b. Harga minuman sesuai dengan kualitas minuman yang diberikan.
 - c. Harga makanan dan minuman di Spot Café dapat bersaing dengan harga makanan dan minuman di Café lain.

Berdasarkan pada nilai CSI yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan di Spot Café.

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap faktor kualitas produk adalah 73,28%. Hasil ini didapatkan setelah dilakukan survey kepada pelanggan dengan pertanyaan :
 - a. Rasa makanan di Spot Café sesuai dengan harapan.
 - b. Rasa minuman di Spot Café sesuai dengan harapan.
 - c. Makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan harapan.

Berdasarkan pada nilai CSI yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan produk yang disajikan di Spot Café.

4. Hasil analisis mengenai tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah sebesar 74,93%. Hasil ini didapatkan setelah dilakukan survey kepada pelanggan dengan pertanyaan :
 - a. Spot Café menawarkan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan.
 - b. Bersedia untuk berkunjung kembali ke Spot Café.
 - c. Bersedia untuk merekomendasikan Spot Café ke teman dan keluarga.

Dengan nilai yang didapatkan, dapat disimpulkan pelanggan mendapatkan pengalaman yang baik setelah berkunjung ke Spot Café.

5. Hasil analisis menggunakan metode IPA yaitu :
 - a. Kuadaran 1

Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini yaitu atribut 4 Kesungguhan karyawan Spot Café dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang merupakan prioritas untuk perbaikan.

b. Kuadran 2

Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah atribut 1 Ketanggapan karyawan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan di Spot Café, 3 Jaminan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan Spot Café, dan atribut 6 Harga minuman sesuai dengan kualitas minuman yang diberikan. Pada kuadran ini, merupakan atribut yang harus dipertahankan karena telah sesuai dengan harapan pelanggan.

c. Kuadran 3

Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah atribut 2 Keramahan karyawan saat melayani pelanggan di Spot Café, 5 Harga makanan sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan, 8 Rasa makanan di Spot Café sesuai dengan harapan, dan 10 Makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan harapan yang termasuk ke dalam prioritas rendah.

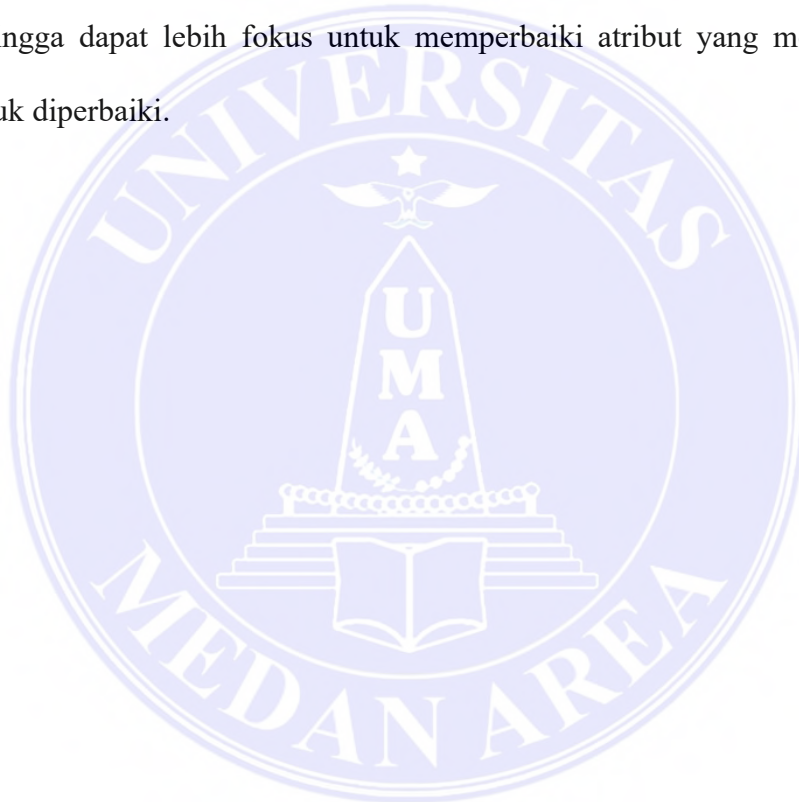
d. Kuadran 4

Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah atribut 7 Harga makanan dan minuman di Spot Café dapat bersaing dengan harga makanan dan minuman di Café lain dan 9 Rasa minuman di Spot Café sesuai dengan harapan yang merupakan kuadran dengan kinerja yang berlebihan.

5.2. Saran

Berdasarkan pada hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai bahan perbaikan untuk pihak Spot Café. Adapun saran yang akan diberikan adalah :

1. Lebih memprioritaskan kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, karena kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan masih dianggap tidak sesuai dengan harapan.
2. Mempertahankan atribut–atribut yang telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Mengurangi kinerja pada atribut–atribut yang dianggap berlebihan oleh pelanggan sehingga dapat lebih fokus untuk memperbaiki atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arisandi, D., & Thaha, A. (2019). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA ; (Studi Kasus Pada Laboratorium Klinik Westerindo Jakarta). In *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Azwar, S. (2012). *Reabilitas dan Validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Gofur, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Edisi 1). Unitomo Press.
- Irfan, A. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Water Park Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan*. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan*.
- Lestari, I. (2020). *Analisis Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online di Era Pandemi Covid-19*.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasi Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. In *Online) Business Management Analysis Journal (BMAJ)* (Vol. 2, Issue 2).
- Phillip, K., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal*

Akuntansi Dan Manajemen, 18(02), 12–31.
<https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>

Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1), 114–120.
<https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (3rd ed.). Rineka Cipta.

Tjahyadi, K., Budhi, P., Sumiari, N. K., & Gede, I. (2017). *Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym Measurement of Customer Satisfaction Index of Service in Century Gym* (Vol. 7, Issue 1).

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.

Tjiptono, F., & Candra, G. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi Offset.

Vanessa, B., & Prabantari, K. (2020). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. In *Jurnal Transaksi* (Vol. 12, Issue 1).

Yudisha, N. (2021). Perhitungan waktu baku menggunakan metode Jam Henti pada proses Bottling. *Jurnal VORTEKS*, 2(2), 85–90.
<https://doi.org/10.54123/vorteks.v2i2.73>

LAMPIRAN

Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (jawaban yang saudara berikan, akan diperlakukan secara rahasia).

Nama :

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Berikan tanda centang (✓) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan sebenarnya pada kolom yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pernyataan.
2. Pada masing – masing pernyataan terdapat lima (5) pilihan jawaban yang tersedia untuk setiap pernyataan, yaitu :

SP : Sangat Penting (5)

P : Penting (4)

CP : Cukup Penting (3)

TP : Tidak Penting (2)

STP : Sangat Tidak Penting (1)

Data diberikan dan semua informasi yang diberikan responden akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisisioner dengan benar dan objektif.

NO	PERNYATAAN	KEPENTINGAN					KEPUASAN					
		SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP	
1	Ketanggapan karyawan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan di Spot Café.											
2	Keramahan karyawan saat melayani pelanggan di Spot Café.											

NO	PERNYATAAN	KEPENTINGAN					KEPUASAN					
		SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP	
3	Jaminan kenyamanan yang diberikan oleh karyawan Spot Café.											
4	Kesungguhan karyawan Spot Café dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.											
5	Harga makanan sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan.											
6	Harga minuman sesuai dengan kualitas minuman yang diberikan.											
7	Harga makanan dan minuman di Spot Café dapat bersaing dengan harga makanan dan minuman di Café lain.											
8	Rasa makanan di Spot Café sesuai dengan harapan.											
9	Rasa minuman di Spot Café sesuai dengan harapan.											
10	Makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan harapan.											
11	Spot Café menawarkan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan.											
12	Bersedia untuk berkunjung kembali ke Spot Café.											
13	Bersedia untuk merekomendasikan Spot Café ke teman dan keluarga.											

Atas bantuan saudara/i dalam mengisi kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih.