

FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP DI KOPIXEL JEMBER

Lilis Setyarini¹, Joko Widodo², Dwi Herlindawati³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Pendidikan

Universitas Jember, Jember Jawa Timur¹²³

lilissetyarinii@gmail.com, jokowidodo.fkip@unej.ac.id, dwiherlindawati@unej.ac.id,

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:
10 Januari 2024

Tanggal Revisi:
20 Februari 2024

Tanggal Diterima:
3 Maret 2024

Publikasi On line:
28 Maret 2024

Abstract

Customer satisfaction is important to maintain the existence of a coffee shop in the face of competition. This is because the coffee shop business can be found almost in various places, this is influenced by the culture of drinking coffee which has become a lifestyle in all circles. In order for a coffee shop to be able to compete and maintain its existence, it must be able to create customer satisfaction. Kopixel is a coffee shop that is always busy with visitors and is able to compete even though there are many similar coffee shop businesses. Based on the results of research on customer satisfaction of the Coffee Shop in Kopixel Jember is influenced by five factors, namely product, price, service, facilities, atmosphere. This research was conducted to describe Kopixel customer satisfaction which makes Kopixel busy with visitors and able to compete. This research uses a qualitative descriptive approach with the research subjects being Kopixel customers and Kopixel Jember managers. The data collection process was carried out by interviews. The resulting data was analyzed by means of data reduction, data presentation, drawing conclusions, then the data was tested by source triangulation.

Key Words: Customer Satisfaction Factors, Coffee Shop, Qualitative Research

Abstrak

Kepuasan pelanggan menjadi hal penting untuk menjaga eksistensi coffee shop dalam menghadapi persaingan. Hal ini dikarenakan bisnis coffee shop hampir dapat ditemukan diberbagai tempat, hal ini dipengaruhi oleh budaya minum kopi yang sudah menjadi gaya hidup disemua kalangan. Agar coffee shop mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya maka harus mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Kopixel merupakan salah satu Coffee Shop di Kabupaten Jember yang selalu ramai pengunjung dan mampu bersaing walaupun banyak usaha coffee shop serupa. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Kopixel Jember, yang menjadikan Coffee Shop Kopixel ramai pengunjung dan mampu bersaing. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan Coffee Shop di Kopixel Jember dipengaruhi oleh lima faktor yaitu produk, harga, pelayanan, fasilitas, dan suasana. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian adalah pelanggan Kopixel dan manajer Kopixel Jember. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Data yang dihasilkan dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, kemudian data tersebut diuji dengan triangulasi sumber.

Kata Kunci: Faktor Kepuasan Pelanggan, Kedai Kopi, Penelitian Kualitatif

PENDAHULUAN

Munculnya budaya minum kopi memperlihatkan gaya hidup seseorang ditunjukkan dengan *coffee shop* saat ini tidak hanya sekedar tempat untuk minum kopi, tetapi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi, berkumpul melakukan aktivitas seperti ruang diskusi, membaca, menulis bersenang-senang dan bersantai yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, bersantai menghabiskan waktu. Fenomena tersebut dikenal dengan istilah budaya minum kopi (Selvi & Ningrum, 2020). Munculnya budaya minum kopi menciptakan persaingan yang ketat antar *coffee shop* membuat coffee shop berusaha secara maksimal untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan coffee shop dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti produk, harga, pelayanan,

suasana, fasilitas (Tjiptono, 2019). Kelima faktor tersebut apabila mampu menciptakan kepuasan pelanggan maka pelanggan akan tertarik untuk datang kembali, merekomendasikan kepada orang lain, menjadi pelanggan coffee shop sehingga *coffee shop* tersebut ramai pengunjung dan dapat bersaing dengan *coffee shop*. Fenomena budaya minum kopi juga terlihat dari banyak munculnya berbagai *coffee shop* diberbagai kota, salah satunya di Kota Jember Jawa Timur bermunculan bermacam-macam *coffee shop* antara lain seperti Kopixel, Fox Coffe & Roestary, Lofi Coffe & Space, Kopioe, Glovic Coffe, Pesen Kopi, Kopi Kenangan, Discuss Space & Coffe, Eterno Coffe Eatery dimana masing-masing *coffee shop* tersebut memiliki ciri khas yang disesuaikan dengan pangsa pasar, kebutuhan konsumen dengan memiliki konsep kekinian baik dari segi variasi menu, rasa dan interior cafe. Persaingan yang ketat antar *coffee shop* membuat coffee shop berusaha secara maksimal untuk menciptakan kepuasan. Berdasarkan rating di Google salah satu coffe shop yang cukup banyak mendapat penilaian dari pelanggan adalah Kopixel Jember yaitu dengan memiliki rating rata-rata sebesar 4.8 dari skala 5 (Pemkab Jember, 2021). Didukung dengan observasi di lapangan, Kopixel Jember memiliki konsep interior bergaya modern minimalis yang terlihat dari ruangan indoor dan outdoor. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan manajer Kopixel, pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan semi servis (pesan dan antar), pemesanan yang dapat dilakukan secara offline atau online dengan pembayaran tunai ataupun non tunai, pemasaran melalui media sosial Instagram @kopixel.id dengan menampilkan konten animasi, proses pembuatan menu, memberikan informasi menu yang tersedia di link bio Instagram dengan inovasi menu yang dilakukan setiap dua bulan sekali. Hal tersebut dilakukan oleh Kopixel sebagai bentuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai respon suka atau tidak suka yang dirasakan oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara harapan dengan realita yang dirasakan. Kepuasan pelanggan menjadi perhatian penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan pembelian ulang. Tanpa adanya kepuasan pelanggan, pelaku usaha akan sulit bertahan lama dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat (Tjiptono, 2019). Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sebagai bagian dari pengalaman pelanggan yang mempunyai kecenderungan membangun nilai ekspektasi tertentu yang berdampak pada pelanggan. Pelaku usaha dalam menciptakan kepuasan pelanggan harus dimulai dengan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan dari segi produk, pelayanan, fasilitas, suasana, harga, tempat, promosi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Butarbutar et al., 2021) tentang kepuasan pelanggan menyatakan bahwa peningkatan jumlah *coffee shop* menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Persaingan yang terus terjadi dibutuhkan research and development kepada konsumen agar menjaga kepuasan pelanggan dalam rangka mempertahankan pelanggan. *Coffee shop* yang mengetahui titik kepuasan suatu pelanggan akan mampu bersaing dengan *coffee shop* lain. Kopixel Jember menjadi salah satu *coffee shop* yang mampu bersaing dan selalu ramai pengunjung. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait faktor-faktor kepuasan pelanggan di Kopixel Jember dengan tujuan untuk mendeskripsikan lebih mendalam dan terperinci terkait faktor kepuasan pelanggan di Kopixel Jember dari sisi produk, harga, pelayanan, fasilitas, dan suasana.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan berdasarkan hasil perbandingan antara kesan terhadap harapan atau ekspektasi yang diungkapkan dengan perasaan suka atau tidak suka. Ekspektasi sebagai prediksi konsumen terhadap kinerja suatu produk dan cerminan kinerja yang akan diperoleh saat pembelian atau sebelum pemakaian produk. Apabila kinerja yang didapatkan lebih kecil daripada ekspektasi maka akan terjadi ketidakpuasan pelanggan, sedangkan apabila konsumen mendapatkan kinerja melebihi ekspektasi maka akan tercipta kepuasan (Tjiptono, 2019). Suatu pelaku bisnis memerlukan mengetahui faktor yang dapat untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, 2019) dan (Priansa, 2017) yaitu: Pertama Produk, Produk yaitu sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi. Produk yang berkualitas baik dan mampu memenuhi harapan pelanggan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Produk dapat dinilai berdasarkan variasi jenis produk, kualitas serta kesediaan produk. Kedua Harga, Harga merupakan nilai yang dibebankan pada suatu produk. Harga sebagai satu bagian yang melekat dengan produk dan mencerminkan kualitas produk. Harga memiliki dasar penilaian meliputi tingkat harga kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi harga. Ketiga Promosi, Promosi adalah kegiatan yang berupaya untuk menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen. Promosi memiliki tujuan meyakinkan calon pembeli dan menarik perhatian calon pembeli untuk menggunakan dan membeli produk. Keempat Lokasi, Lokasi sebagai elemen bauran pemasaran

yang berkaitan dengan tempat berdirinya usaha untuk melakukan aktivitas produksi, penjualan dan pembelian. Atribut suatu perusahaan yang berupa tempat atau keberadaan usaha tersebut berdiri meliputi kecepatan dan ketepatan dalam transportasi kemudian lokasi untuk dijangkau. Kelima Pelayanan, Pelayanan sebagai aktivitas di area bisnis yang dilakukan kepada konsumen meliputi pemesanan, penyajian, proses transaksi diakhir pembelian. Pelayanan yang diberikan karyawan untuk kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam menciptakan kepuasan konsumen yang meliputi bentuk pelayanan, kecepatan dan keramahan. Keenam Fasilitas, Atribut perusahaan sebagai perantara guna mendukung kelancaran dalam proses operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen yang meliputi tempat ibadah, kamar mandi, penataan barang, penataan kursi, wifi, pendingin ruangan, dan lain sebagainya. Fasilitas dinilai berdasarkan kelengkapan yang disediakan untuk menunjang aktifitas didalam dunia bisnis. Ketujuh Suasana, Suasana merupakan suatu bentuk usaha untuk merancang lingkungan seperti desain, pencahayaan, aroma ruangan, alunan musik yang dapat membentuk emosional pelanggan.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yang terbentuk akan memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Menurut (Tjiptono & Anastasia Diana, 2022) terlepas dari adanya perbedaan konsep, kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat diantaranya: a) Reaksi pada produsen dengan biaya rendah, overcapacity dan oversupply banyak ditemukan di persaingan berbagai industri, untuk meraih pasar dilakukan pemotongan harga sebagai senjata strategis. Pemberian harga murah atau diskon tanpa efisiensi biaya akan memiliki potensi mengorbankan standar kualitas. Penerapan low cost dilarang mengurangi kualitas. Apabila hal tersebut terjadi pelanggan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan; b) Manfaat ekonomi retensi pelanggan dibanding penjangkauan pelanggan secara terus-menerus, Mempertahankan dan memuaskan pelanggan memiliki biaya lebih murah daripada menarik pelanggan baru. Mencari pelanggan baru mempunyai komponen biaya seperti biaya iklan biaya untuk meyakinkan pelanggan dengan penawaran yang lebih menarik dibanding dengan pesaing; c) *Customer Lifetime Value*, Loyalitas pelanggan yang tercipta karena adanya kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa selama periode waktu yang relatif lama memiliki potensi menghasilkan auditas pendapatan yang lebih besar. Kondisi seperti ini yang perlu dilakukan peningkatkan pelanggan dengan menciptakan kepuasan pelanggan; d) Daya persuasif getok tular atau *word of mouth*, Perusahaan tidak hanya menilai kepuasan pelanggan akan tetapi kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Getok tular yang bersifat negatif dapat merusak reputasi dan citra perusahaan karena mempengaruhi sikap dan penilaian negatif terhadap barang atau jasa getok tular yang bersifat negatif penyebarannya lebih cepat dibandingkan dengan getok tulang positif; e) Reduksi sensitifitas harga, Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan akan membuat pelanggan tersebut jarang menawar harga untuk setiap pembelian produk Pelanggan akan beranggapan perusahaan tersebut tidak akan memanfaatkan untuk kepentingan perusahaan, sehingga pelanggan akan melakukan pembelian produk tanpa mempertimbangkan harga produk; f) Indikator kesuksesan bisnis, Kepuasan pelanggan dianggap sebagai investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan dan menyenangkan pelanggan saat ini dan di masa yang akan datang. Kepuasan pelanggan sebagai salah satu pengukur kecenderungan reaksi yang dirasakan pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

Konsekuensi Kepuasan Pelanggan

Kesadaran bahwa kepuasan pelanggan sebagai salah satu komponen penentu keberhasilan kinerja suatu bisnis sehingga terciptanya kepuasan pelanggan memiliki konsekuensi diantaranya: a) Niat beli ulang, niat beli ulang sebagai respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Minat beli ulang konsumen merupakan perilaku yang berkeinginan membeli atau memilih produk berdasarkan pengalaman yang dimiliki. Pembelian kedua kalinya berarti konsumen ada kecocokan dengan produk yang dibeli sebelumnya; b) Loyalitas pelanggan, terciptanya kepuasan pelanggan maka akan menciptakan loyalitas pelanggan karena pelanggan merasa puas sehingga tidak akan mudah beralih pada produk lain dan memungkinkan untuk membeli produk dengan harga yang lebih premium; c) Perilaku komplain, komplain terjadi disebabkan oleh konsumen yang merasa tidak puas dengan produk atau jasa yang digunakan atau dipakai. Cepat dalam menanggapi dan menangani komplain tersebut maka kemungkinan pelanggan yang tadinya rasa kecewa muncul menjadi mereda; dan d) Getok tular positif atau *word of mouth*, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain dipengaruhi oleh kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Ketidakpuasan dapat disampaikan kepada orang lain. Ketidakpuasan yang bersifat negatif hal tersebut akan berdampak negatif pada reputasi perusahaan dan keberlangsungan bisnis (Sugito et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan faktor kepuasan pelanggan di Kopixel Jember. Data diperoleh dengan metode wawancara dan observasi yang meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Subjek Penelitian dalam penelitian ini dengan menentukan informan peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Terdapat dua informan penting dalam proses pengumpulan data menggunakan teknik ini yang terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Penelitian ini menggunakan jenis data utama yang diperoleh dari hasil wawancara dari informan utama dan informan pendukung (Moleong, 2018). Pada penelitian ini memiliki beberapa definisi konsep terkait factor-faktor kepuasan pelanggan yaitu berupa tingkat kepuasan pelanggan terhadap faktor kepuasan pelanggan yang diberikan Kopixel, Produk merupakan hasil dari produksi Kopixel Jember untuk diperjualbelikan kepada konsumen, Harga yang merupakan nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan sebuah produk yang diinginkan, Pelayanan merupakan aktifitas yang berkaitan dengan konsumen berupa pemesanan, penyajian, pembayaran yang dilakukan di Kopixel Jember, Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang tersedia, serta Suasana merupakan bentuk usaha untuk menciptakan pengalaman pelanggan saat berkunjung seperti pencahayaan, alunan musik, desain dan tata letak. Teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman terdiri dari 3 langkah yaitu 1) mereduksi data merupakan proses merangkum, pengelompokan, atau menggolongkan faktor kepuasan pelanggan Kopixel Jember yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, 2) Penyajian data diperoleh dari hasil reduksi data berupa uraian, bagan atau hubungan antar kategori, dan 3) Penarikan kesimpulan penelitian dilakukan setelah tahap reduksi data dan penyajian data. Sehingga menghasilkan kesimpulan berupa paparan deskriptif faktor-faktor kepuasan pelanggan di Kopixel Jember. Untuk lebih meyakinkan hasil data wawancara dilakukan uji keabsahan data dengan melakukan pengecekan data dilakukan dengan triangulasi sumber, dimana proses kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data dari beberapa sumber. Perolehan data dikelompokkan berdasarkan data yang sama dan data yang berbeda (Moleong, 2018).

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti di *coffee shop* Kopixel Jember diketahui terdapat lima faktor kepuasan pelanggan meliputi produk, harga, pelayanan, fasilitas, suasana. Untuk mengetahui hasil penelitian kepuasan pelanggan dilakukan wawancara kepada kelima informan utama. Berikut penjelasan hasil wawancara terkait dengan kepuasan pelanggan:

Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pelanggan Kopixel puas karena menu yang cukup lengkap, tidak hanya menu *coffee* tetapi minuman *non coffee*. Variasi produk di Kopixel cukup lengkap dikarenakan produk Kopixel merupakan hasil produksi sendiri. Pelanggan dapat memilih variasi menu yang disediakan sesuai dengan keinginan. Kopixel memberikan produk yang telah melalui tahap *quality control* dari bahan baku, proses produksi dan memberikan kesempatan kepada beberapa orang untuk mencoba menu sebelum dijual. Tahap *quality control* membuat pelanggan puas dengan rasa dan bentuk fisik dari produk. Menu yang disajikan di daftar menu sudah dapat dipastikan dengan kualitas dan rasa terbaik. Produk sebagai hasil dari proses produksi yang dilakukan Kopixel Jember untuk diperjual belikan kepada konsumen yang melakukan pemesanan secara *dine-in*, *take away* ataupun secara *online* yang telah tersedia pada aplikasi mitra ojol. Hal terpenting yang wajib diperhatikan setiap pelaku usaha terutama *coffee shop* untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah mutu dari produk yang digunakan. Memilih dan menggunakan produk berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak ragu untuk kembali membeli produk yang ditawarkan. Mengutamakan kualitas produk juga menjadi salah satu strategi terbaik, untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan salah satu informan utama YP sebagai berikut:

“Selama saya memesan makanan atau minuman di Kopixel ketersediaan selalu ada, karena proses pemesanan diawal jadi produk yang saya pesan sudah pasti ada, jika produk yang saya pilih tidak ada, pihak Kopixel akan mengkonfirmasi hal tersebut sebelum pembayaran, produk yang sudah kita bayar sudah pasti tersedia sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman. Semuanya enak, untuk proses pembuatan Kopi menggunakan mesin kopi yang dapat dilihat secara langsung jadi

kualitasnya okay, bersih, makanannya juga enak, packaging yang baik, menarik, favorit saya nasi goreng pataya dan burger dengan rasa yang enak” (YP, 22 Tahun).

Tidak semua konsumen Kopixel pecinta kopi sehingga untuk menarik pelanggan Kopixel yang tidak dapat minum kopi, Kpixel menyediakan minuman non coffee. Minuman non coffee yang diberikan Kopixel terdiri dari hot Non coffee dengan varian hot chocolate, milo latte, choco latte, avocado latte, geran tea latte red velved latte taro latte. Tae pot series terdiri dari jasmine, english breakfast dan japanese ocha. Untuk varian ice tea terdiri dari jasmine tea, thai tea, lemon tea, kiwi tea dan bubble gub tea. Selain itu Kopixel menyediakan menu tradisonal series dengan varian klepon latte dan ketan hitam latte. Kopixel juga memberikan menu smoothies terdiri dari banana strawberry dan banana oreo. Tidak hanya minuman tradisional Kopixel juga memiliki menu oat milk series dengan varian oatmilk premium latte dan oatmilk chocoberry.

Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan salah satu informan pendukung manajer Kopixel sebagai berikut:

“Kami ingin menghadirkan coffee shop yang bisa dinikmati semua kalangan baik yang suka menu kopi atau tidak sehingga kita memiliki variasi menu yang beragam dari minuman coffee dan non coffee. Untuk menu makanan Kopixel menyediakan makanan berat, snack, pastry dll. Selain itu semua menu kita produksi sendiri jadi untuk kualitas tidak dapat diragukan lagi, seperti roti yang digunakan pada menu burger. Benar kita buka Pukul 07.00-23.00 WIB dengan menyediakan menu sarapan seperti nasi goreng, American classic yang berisi roti panggang sosis dan ham, snack, french toast dengan roti panggang ditambah topping strawberry dan buah pisang, namun menu lainnya dapat dipesan saat itu juga. Kopixel memproduksi menunya sendiri, kami setiap 3 bulan kami berusaha untuk menciptakan menu baru, entah dari makanan atau minuman” (Manajer Kopixel, 35 Tahun).

Harga

Berdasarkan hasil wawancara, penentuan harga di Kopixel telah disesuaikan dengan target pasar, pesaing, biaya produksi dan laba. Pemberian harga yang sesuai dengan kualitas produk, pelayanan, fasilitas dan pengalaman yang dirasakan sehingga kepuasan pelanggan di Kopixel dapat tercipta. Kopixel berada di lingkungan kampus sehingga pelanggan Kopixel kebanyakan adalah mahasiswa, sehingga penetapan harga produk harus tepat terjaga agar dapat menarik pelanggan. Harga yang diciptakan Kopixel dapat dijangkau oleh mahasiswa sehingga untuk kalangan atas akan lebih mudah dijangkau oleh Kopixel. Kopixel memiliki variasi menu yang beragam mulai harga Rp 10.000,00 sudah dapat menikmati menu kopi tubruk Kopixel, variasi harga yang beragam memberi kebebasan pelanggan dalam memilih menu. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan salah satu informan utama MA yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya, harga murah dan terjangkau apalagi berada di area kampus. Harga yang berikan mendapatkan produk yang enak dan fasilitas yang lengkap sehingga worth it. Harga yang ditawarkan beragam ya sehingga pengunjung yang datang bisa memilih menu yang harganya paling murah. Jadi walaupun uang menipis masih bisa tetap ngopi.” (MA, 22 Tahun).

Kopixel dalam menciptakan harga memperhatikan target pasar mulai dari pelajar dengan begitu untuk kalangan menengah ke atas dapat diraih dengan mudah. Harga yang didapatkan tidak hanya produk tetapi pengalaman yang akan dirasakan konsumen selama melakukan dine in dengan fasilitas dan suasana Kopixel. Minuman kopi yang tersedia di Kopixel dimulai dengan harga Rp10.000,00 sampai dengan Rp18.000,00, menu non-coffee dimulai dari harga Rp14.000,00 sampai dengan Rp23.000,00. Untuk makanan berat dimulai dengan harga Rp18.000,00 sedangkan untuk snack atau camilan bisa didapatkan dari harga Rp11.000,00. Selain itu, Kopixel sering mengadakan berbagai macam diskon tiap bulannya contohnya diskon untuk mahasiswa baru, 17 Agustus yang mengadakan berbagai menu dengan harga Rp. 17.000 bisa mendapatkan makanan dan minuman dll. Dalam pemberian diskon Kopixel selalu mempertahankan standar kualitas dan keuntungan perusahaan dengan cara kita ada batasan waktu pengadaan diskon sehingga, mempertimbangkan batas maksimal diskon yang kita berikan dengan tetap mempertimbangkan biaya produksi. Selain pemberian diskon Kopixel juga memberikan paket bundle seperti paket combo burger classic Rp. 46.000,00 dengan harga yang akan mendapatkan satu burger classic, coffee latte dan kentang goreng. Paket combo dua classic dengan harga Rp 89.000,00 akan mendapatkan dua burger classic, coffee latte dan kentang goreng. Paket bundle juga selalu dilakukan update oleh Kopixel untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih murah (Manajer Kopixel, 2023).

Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara, pelayanan yang dilakukan oleh Kopixel Jember dengan konsumen adalah merupakan interaksi pelayan dengan pelanggan secara langsung atau tidak langsung. Pelayanan secara langsung dilakukan saat bertatap muka dengan pelanggan, sedangkan pelayanan secara tidak langsung dilakukan melalui media sosial. Pelayanan yang dilakukan Kopixel terkait dengan proses pelayanan, keramahan, kecepatan, keamanan dalam bertransaksi. Pelanggan Kopixel merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Kopixel. Proses pelayanan yang diterapkan Kopixel dengan pesan antar sehingga proses pelayanan lebih cepat. Hal ini didukung dengan wawancara bersama informan utama KP yang menyatakan bahwa:

“Ketika kita datang, kita disambut pelayan untuk memilih menu dan melakukan pembayaran. Selanjutnya kita dipersilahkan duduk dan makanan akan diantar dengan memanggil nomer yang kita berikan saat melakukan pemesanan. Kopixel selalu menyambut konsumen yang baru datang dan konsumen yang selesai berkunjung ke Kopixel. Sehingga, memberikan kesan tersendiri bagi kami. Kesan ketika kita datang dengan sambutan “selamat datang kakak” mereka senang dengan kehadiran kita, menunjukkan rasa hormat kepada kita dengan sambutan tersebut. Ketika pulang ada sambutan seperti terimakasih kaka, hati hati dijalan dll. Proses pelayanan menurut saya pelayanan cepat karena ketika kita sudah mendapatkan tempat duduk, tidak menunggu lama untuk minuman yang dipesan datang sedangkan untuk makanan apabila tidak ramai membutuhkan waktu 10 menit” (KP, 23 Tahun).

Kopixel memiliki SOP pelayanan seperti keramahan, kesopanan dalam berhadapan dengan pelanggan. Selain memiliki SOP, Kopixel melakukan karyawan dengan baik yang mana sebagian besar pegawai Kopixel adalah mahasiswa, dengan begitu pegawai Kopixel dapat bekerja dan memberikan pelayanan terbaik. Perlakuan baik Kopixel terhadap pegawai menciptakan loyalitas pegawai sehingga mereka bekerja dengan senang dan nyaman. Pelayan akan memberikan konfirmasi apabila terjadi keterlambatan. Suasana nyaman yang diciptakan Kopixel dapat mengalihkan perhatian pelanggan apabila terjadi keterlambatan pemesanan. Kopixel berusaha menanggapi Komplain dengan cepat dan tepat untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan (Manajer Kopixel, 2023).

Fasilitas

Kopixel memberikan fasilitas yang dapat menunjang aktifitas pelanggan saat melakukan pembelian terutama untuk *dine-in* karena saat ini ngopi bukan hanya sebagai aktifitas minum kopi tapi diikuti oleh aktifitas lainnya seperti mengerjakan tugas, bekerja atau rapat dan di Kopixel menyediakan fasilitas untuk aktifitas tersebut. Selain itu, minum kopi menjadi salah satu *life style* yang saat ini digemari oleh semua kalangan, sehingga banyak pelanggan Kopixel yang hanya menikmati kopi dengan bersantai. Kelengkapan fasilitas yang diberikan Kopixel akan mempengaruhi kenyamanan pelanggan Kopixel untuk berlama-lama dalam melakukan *dine-in*. Kopixel berusaha memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan yang melakukan pembelian baik secara *online*, *take away* atau *dine in*.

“Fasilitas yang diberikan lengkap. Fasilitas menjadi penunjang penting dalam bisnis coffee shop, karena banyak pelanggan yang bukan hanya sekedar menikmati kopi, tapi fasilitas yang ada di Kopixel seperti tersedianya wifi, tempat duduk yang nyaman, ruangan ber-AC maupun non-AC yang membuat saya nyaman dan betah berlama-lama di coffee shop.” (KP, 23 Tahun).

Untuk pemesanan secara online seperti gofood, grabfood, Shopeefood Kopixel memberikan tempat duduk untuk para ojek online untuk menunggu selama proses pemesanan dibuat. Kopixel tersedia tiga tipe ruangan yang pertama, ruangan *private room* yang dapat digunakan untuk meeting, ruangan *smoking area*, dan area yang bebas rokok. Selain itu parkir yang luas, ruangan yang bersih dan fasilitas yang tersedia untuk kenyamanan pelanggan. Free wifi, kamar mandi yang bersih, tempat sholat, pendingin ruangan, variasi tempat duduk yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen, stopkontak setiap meja dll. (Manajer Kopixel, 2023).

Suasana

Berdasarkan penelitian yang dilakukan suasana yang diciptakan oleh *coffee shop* memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Desain, pencahayaan dan alunan musik saling berkesinambungan menciptakan kenyamanan saat berkunjung ke Kopixel sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta. Desain yang kekinian, alunan musik dan pencahayaan menciptakan suasana yang nyaman, rileks bagi pelanggan. Suasana dan Fasilitas yang diciptakan dapat menciptakan *coffee shop* yang ramai pengunjung. *Coffee shop* yang ramai pengunjung

akan menciptakan daya tarik konsumen baru yang penasaran dengan kondisi *coffee shop* yang ramai pengunjung. Saat ini banyak *coffe shop* yang menghadirkan live music untuk menambahkan kenyamanan suasana pada *coffee shop* berdasarkan hasil observasi, Kopixel belum ada *live music* sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan, karena live music saat ini semakin digemarioleh kalangan anak muda sehingga persaingan antar *coffee shop* menjadi semakin ketat. Hal ini didukung dengan hasil wawancara informan utama MS yang menyatakan bahwa:

“Desainya bagus, ada ruangan untuk meeting, spot estetik, spot untuk konsumen yang merokok. Desain yang diciptakan Kopixel memberikan kesan menyenangkan. Kopixel berada di lantai dua dan memberikan ruang terbuka sehingga dapat memperlihatkan lalu lintas di area tersebut dan lampu-lampu kota sehingga menambah keindahan tersendiri. Pencahayaan ruangan di Kopixel mengikuti perkembangan saat ini, yang lebih redup sehingga memberikan suasana santai, nyaman, tenang romantis. Musik yang dihadirkan di Kopixel dapat menghidupkan suasana konsumen saat menikmati kopi, dan playlist lagu yang dihadirkan update jadi menambah kenyamanan Konsumen.” (MS, 25 Tahun).

Kopixel memiliki beberapa spot duduk yang dapat dipilih sesuai keinginan konsumen, desain yang kekinian yang mendukung suasana di Kopixel. pencahayaan di Kopixel dengan konsep kekinian, atmosfir ruang yang nyaman, menarik dan berkesan adalah sesuatu yang diinginkan pengunjung selain rasa makanan dan minuman selama mengunjungi *coffee shop*. Kopixel memberikan suasana dengan pencahayaan di malam hari, alunan musik yang kita mainkan setiap saat dengan genre yang berbeda-beda. Desain dengan modern minimalis bersinergi untuk menciptakan nyaman dengan spot estetik. Kopixel berada di lantai dua dan memberikan ruang terbuka sehingga dapat memperlihatkan lalu lintas di area tersebut dan lampu-lampu kota sehingga menambah keindahan tersendiri. Pencahayaan ruangan di Kopixel mengikuti perkembangan saat ini, yang lebih redup sehingga memberikan suasana santai, nyaman, tenang romantis. Musik yang dihadirkan di Kopixel dapat menghidupkan suasana konsumen saat menikmati kopi, dan playlist lagu yang dihadirkan update kenyamanan konsumen. Namun memang ada sedikit kekurangan yaitu belum adanya pertunjukkan *live music* di *coffe shop* Kopixel.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan *coffe shop* di Kopixel Jember. Pada bagian pembahasan akan berisi hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori yang relevan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepuasan pelanggan di Kopixel dipengaruhi oleh lima faktor yaitu produk, harga, pelayanan, fasilitas, suasana. Berdasarkan produk yang ditawarkan Kopixel, pelanggan merasa puas dikarenakan produk Kopixel sebagian besar merupakan hasil produksi sendiri sehingga produk memiliki kualitas yang banyak disukai oleh pelanggan dari segi rasa, tampilan produk, dan packaging yang sudah melewati tahap *quality control*. Tahap *quality control* yang dilakukan sebagai proses yang dilakukan Kopixel untuk memeriksa, mengukur menguji dan memastikan produk yang dibuat sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan Kopixel dalam berbisnis. sehingga produk yang diberikan memberi kepuasan bagi pelanggan. Dengan memproduksi sendiri sebagian menu, Kopixel dapat menciptakan variasi menu yang cukup lengkap mulai dari minuman yang mengandung *coffee*, *non coffee*, makanan berat, *snack*, *dessert*, *pastries* dan ketersediaan menu dapat terjaga. Kopixel dapat memberikan produk sesuai dengan *standart* yang diinginkan. Hal tersebut sesuai dengan teori (Tjiptono, 2019) dan (Priansa, 2017) yang mengatakan produk yang berkualitas baik, variasi produk yang lengkap, dan ketersediaan produk mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan (Anwar, Suhadarliyah, 2023). Produk yang dihasilkan Kopixel akan membentuk harga sebagai nilai yang akan dibayarkan oleh pelanggan terhadap produk yang diinginkan.

Fasilitas di *coffee shop* menjadi hal yang harus diperhatikan sebagaimana pada teori (Tjiptono, 2019) dan (Priansa, 2017) fasilitas sebagai atribut perusahaan sebagai perantara guna mendukung kelancaran dalam proses operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen yang meliputi tempat ibadah, kamar mandi, penataan barang, penataan kursi, wifi, pendingin ruangan, dan lain sebagainya. Fasilitas dinilai berdasarkan kelengkapan yang disediakan untuk menunjang aktifitas didalam dunia bisnis. Kopixel memiliki tiga tipe ruangan yang pertama, ruangan *private room* yang dapat digunakan untuk *meeting*, ruangan *smoking area*, dan area yang bebas rokok. memberikan tempat tunggu yang nyaman untuk para ojol dalam menunggu proses pembuatan pesanan, *free wifi*, kamar mandi yang bersih, tempat sholat, pendingin ruangan, variasi tempat duduk yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen, stop kontak setiap meja. Banyak pelanggan Kopixel yang tidak hanya

sekedar menikmati kopi, sehingga fasilitas yang diberikan *coffee shop* mendukung kenyamanan pelanggan dan pelanggan betah berlama-lama di Kopixel.

Fasilitas dan suasana saling berkaitan untuk menciptakan kenyamanan pelanggan saat melakukan *dine-in* di Kopixel dengan pencahayaan, desain yang modern minimalis, alunan musik yang menghidupkan suasana. Sesuai dengan teori (Tjiptono, 2019) dan (Priansa, 2017) suasana meliputi desain, pencahayaan dan alunan musik saling berkesinambungan menciptakan kenyamanan saat berkunjung ke Kopixel sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta. Faktor fasilitas dan suasana menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dan saling mendukung satu-sama lain. Fasilitas dan suasana dapat membuat pelanggan nyaman untuk melakukan *dine in* atau berlama-lama di Kopixel. Hal tersebut menjadi salah satu strategi Kopixel untuk membuat konsumen penasaran dengan melihat situasi Kopixel yang ramai pengunjung sehingga memiliki daya Tarik untuk datang ke Kopixel. Berdasarkan hasil observasi, Kopixel belum menghadirkan *live music*, hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan karena saat ini banyak *coffee shop* yang menghadirkan *live music* sehingga persaingan semakin ketat.

Pelayanan sebagai aktivitas di Kopixel yang dilakukan kepada konsumen meliputi pemesanan, penyajian, proses transaksi diakhir pembelian. Pelayanan yang diberikan karyawan untuk kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam menciptakan kepuasan konsumen yang meliputi proses pelayanan, kecepatan dan keramahan. Proses pelayanan yang ditentukan Kopixel membuat pelayanan menjadi lebih cepat. Kopixel memiliki SOP pelayanan, salah satunya dengan menyambut pelanggan ketika datang atau akan pergi dari Kopixel dengan "Selamat datang" dan "Terimakasih". Perlakuan baik Kopixel kepada pegawai membuat pegawai Kopixel berkerja dengan senang hati dan bertanggung jawab penuh sehingga tercipta loyalitas pegawai. Kopixel memberikan kesempatan pelanggan untuk melakukan kritik, saran atau komplain sebagai bentuk konsekuensi kepuasan pelanggan sesuai dengan teori (Sugito et al., 2020) bahwa komplain sebagai akibat merasa tidak puas dengan produk atau jasa yang digunakan atau dipakai, cepat menanggapi dan menangani komplain membuat pelanggan yang tadinya kecewa menjadi mereda. Dalam praktiknya, konsumen yang merasa tersinggung ketika pelayanan membersihkan makanan atau minuman yang sudah habis dimeja, Kopixel menanggapi dengan cara pelayan Kopixel membersihkan pesanan pelanggan apabila pelanggan tersebut melakukan pemesanan yang kedua kali atau lebih.

Berdasarkan hasil penelitian pelanggan merasa sangat puas dengan kinerja yang diberikan Kopixel kepada konsumen, dan kelima informan utama yang sudah menjadi pelanggan di Kopixel menyatakan tiga dari informan utama yaitu KP (23 Tahun), RE (21 Tahun), MA (22 Tahun) merasa sangat puas dengan menjadi pelanggan Kopixel dan kinerja yang diberikan Kopixel secara keseluruhan sedang dua dari informan utama yaitu YP (22 Tahun), MS (25 Tahun) merasa puas menjadi pelanggan di Kopixel dan kinerja dari Kopixel.

Berdasarkan uraian diatas Kepuasan pelanggan Kopixel dipengaruhi oleh produk, harga, fasilitas, suasana, pelayanan, hal tersebut juga sesuai pada penelitian (Butarbutar et al., 2021), (Oktavianti Maulida; Sigit Puji Winarko; Faisal, 2023), Kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan di *coffee shop* mengakibatkan munculnya konsekuensi kepuasan pelanggan yang bersifat positif seperti niat beli ulang, loyalitas pelanggan, *word of mouth* untuk merekomendasikan ke orang lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor kepuasan pelanggan *coffee shop* di Kopixel Jember dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan berkualitas dengan berbagai macam variasi menu; harga yang bervariasi dan beragam dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen; pelayanan yang ramah dan cepat kepada para konsumen dan pelanggan Kopixel; fasilitas yang diberikan kepada para pelanggan cukup lengkap dari mulai tersedia wifi, ruang ber-AC, non-AC, ruang private untuk rapat juga tersedia; dan suasana yang ditawarkan cukup disukai dan terasa nyaman dan aman untuk berbagai kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, keluarga, tua muda dan anak-anak. Keenam faktor tersebut dapat ditemukan di Kopixel Jember sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta. Akan tetapi, pada faktor suasana di Kopixel masih terdapat kekurangan yaitu belum terdapat perform *live music* yang dapat dijadikan strategi bagi Kopixel untuk menambah daya tarik pelanggan. Pelanggan Kopixel merasa puas dengan kinerja yang diberikan Kopixel kepada pelanggan walaupun terdapat kekurangan. Hal tersebut dikarenakan saat ini banyak *coffee shop* yang menyediakan *live music* untuk menambah daya tarik pelanggan agar datang ke *coffee shop* Kopixel sehingga persaingan antar *coffee shop* semakin ketat. Sehingga saran peneliti pada pihak Kopixel juga dapat menyelenggarakan perform *live music* untuk dapat menambah daya tarik sehingga dapat menambah pelanggan loyal Kopixel.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Suhadarliyah, D. (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM* (A. Bairizki (ed.); pertama). SEVAL.
- Butarbutar, M., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Donni Juni Priansa, S. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, N. K., & Suryapertiwi, N. D. (2022). Analisis Langkah Kedai Kubo Kopi Dalam Menjaga Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1033-1056.
- Karmana, R. D., & Rochdiani, D. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Produk di Aditi Coffe House And Space. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 649-664.
- Moleong, P. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pemkab Jember. (2021, July). *Tren Konsumsi Kopi Meningkat, Bupati Jember Dorong Petani Lokal Mampu Tingkatkan Kualitas Kopi*. <https://www.jemberkab.go.id/Tren-Konsumsi-Kopi-Meningkat-Bupati-Jember-Dorong-Petani-Lokal-Mampu-Tingkatkan-Kualitas-Kopi>.
- Oktavianti Maulida; Sigit Puji Winarko; Faisol. (2023). Differential Cost Analysis of Self-Production Decisions or Establishing Partnerships for Student as Entrepreneurs in the Digital Era. *Kilisuci International Conference on Economic and Business*, 1(1), 160–170.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ramadhan, F. (2021). Strategi Branding Kopi Kedawana dalam Menghadapi Persaingan. *Journal Riset Hubungan Masyarakat*, 15-21.
- Rossi, M., Ethika, D., & Widyarini, I. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 878-891.
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30.
- Setiawan, E., & Andayani, S. A. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Majalengka. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 138-148.
- Sumartini, L. C., & Fajriany, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bisnis*, 111-119.
- Sugito, S., Akbar, P., & Mega, W. (2020). *Kepuasan Pelanggan*. PT Penerbit IPB Press.
- Sugito, Sairun, A., Ikbar, P., & Mega, W. (2020). *Kepuasan Pelanggan*. Sumatra Utara: Universitas Medan Area Press.
- Sulistyo, E., Sukmana, T., & Mertayasa, G. A. (2022). Wisata Kuliner Sebagai Penopang Pariwisata Budaya Berkelanjutan di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia*, 44-54.
- Tania, C., & Hurdawaty, R. (2022). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat di Kedai Kopi Starbucks Mal Artha Gading. *Jurnal Pendidikan dan Perhotelan*, 1-10.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, Strategi*. CV.ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F., & Anastasia Diana. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. CV. ANDI OFFSET.