

## TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE GUDANG IMAJI COFFEE KECAMATAN WENANG KOTA MANADO

*Level of Customer Satisfaction in the Gudang Imaji Cafe, Wenang District City of Manado*

**Theovani Dwyanti Lian, G.H.M. Kapantow, dan Ribka M. Kumaat**  
**Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi**

### ABSTRACT

*This study aims to measure the level of consumer satisfaction at Cafe Gudang Imaji, in terms of product, price, place, promotion, and service aspects. This research was conducted from March to June 2020. Primary and secondary data were used in this study. Respondents consisted of 30 people were selected using accidental sampling technique. Data were measured in the Likert scale, and then analyzed using the Consumer Satisfaction Index (CSI).*

*In general, the level of consumer satisfaction at the Cafe Gudang Imaji was classified as satisfied with CSI = 83.80%. More specifically for each aspect, the satisfaction level for product (85.11%), prices (87.33%) and services (86.67%) were classified as very satisfied, while place (79.60%) and promotion (78.00%) only belonged to satisfied category.*

**Keywords:** *Level of Satisfaction, Consumer Satisfaction Index, Gudang Imaji Cafe*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner semakin marak di Indonesia, seiring dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat serta variatif dalam hal makanan atau minuman, meningkatnya bisnis makanan dan minuman menyebabkan terjadinya persaingan bertambah ketat. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat berkembang. Oleh sebab itu, setiap perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi sehingga dapat mengikuti selera konsumen sebagai tujuan utama dari perusahaan. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada

kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Tjiptono dkk, 2012).

Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kota Manado merupakan salah satu kota yang dikenal sebagai daerah tujuan wisata di kawasan timur Indonesia. Sejak dilaksanakannya program MEA atau masyarakat ekonomi ASEAN, kota Manado menjadi pintu gerbang program tersebut di kawasan Pasifik. Dalam merespon hal tersebut, pemerintah kota Manado

hendak mengembangkan sektor-sektor yang berhubungan langsung dengan peningkatan perekonomian, diantaranya sektor pariwisata. Salah satu potensi wisata yang berpeluang meningkatkan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi, yaitu wisata kuliner. Wisata kuliner di kota Manado berkembang pesat, terbukti hampir disetiap jalan banyak dijumpai restoran, rumah makan dan cafe (Sa'pang, 2017).

Salah satu wisata kuliner yang ada di kota Manado adalah Cafe Gudang Imaji Coffee. Cafe ini sudah ada semenjak tahun 2016 di Marina Plasa, pada Desember 2017, kafe kopi ini pindah di lokasi yang sekarang, di tempat yang baru ini terjadi banyak perubahan dari desain cafe sampai pada penambahan karyawan (Soebakir, 2018). Cafe Gudang Imaji Coffee menyajikan berbagai macam variasi makanan dan berbagai variasi minuman. Cafe Gudang Imaji mulai beroperasi dari hari senin sampai hari minggu pukul 09:00 pagi hingga 01:00 malam, berlokasi di jalan Piere Tendean samping Bank Sinar Mas, Manado, Sulawesi Utara.

Keunikan dari Cafe Gudang Imaji ini adalah menggunakan konsep “Gudang” yang artinya, semuanya terbuat dari barang bekas, atau barang-barang yang terdapat di dalam gudang. Namun saat ini, sudah banyak perubahan yang terjadi di cafe ini. Cafe Gudang Imaji memiliki filosofi “siapa saja yang datang berkunjung dan meminum kopi, mereka akan mendapatkan imajinasi baru”. Cafe Gudang Imaji memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang kenyamanan dan kepuasan konsumen, seperti wifi gratis dan menyediakan live music yang memanjakan konsumen sehingga konsumen dapat menikmati musik yang dimainkan dan tentunya membuat konsumen merasa santai disaat sedang menikmati makanan dan minuman.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, konsumen memiliki penilaian tersendiri terhadap segala sesuatu yang dibutuhkannya. Terdapat beberapa dimen-

si yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain dimensi produk (product), dimensi harga (price), dimensi tempat (place), dimensi promosi (promotion) serta dimensi pelayanan (service).

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan pada Cafe Gudang Imaji Coffee?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan pada Cafe Gudang Imaji Coffee.

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

- a. Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemilik Cafe Gudang Imaji Coffee diharapkan dapat menjadi bahan masukkan dalam menentukan produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan dalam peningkatan usaha.
- b. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan referensi kajian dalam bidang penelitian serupa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Cafe Gudang Imaji Coffee berlokasi di Jalan Piere Tendean samping Bank Sinar Mas, Manado, Sulawesi Utara. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Maret hingga bulan Juni 2020.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Metode Sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah accidental sampling, dimana peneliti mengambil responden sebagai sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Cafe Gudang Imaji Coffee dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel sebanyak 30 responden.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer  
Data ini diperoleh secara langsung dari pelanggan di Cafe Gudang Imaji melalui wawancara secara langsung dengan menggunakan kuesioner.
- b. Data Sekunder  
Data yang diambil langsung dari Cafe Gudang Imaji, berupa sejarah cafe, struktur organisasi dan pekerjaan, jenis dan harga dari produk di Cafe Gudang Imaji Coffee.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (daftar pertanyaan)  
yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian yang langsung di isi oleh responden.
2. Wawancara  
Metode wawancara merupakan suatu usaha untuk mendapatkan informasi, data atau keterangan secara langsung melalui suatu percakapan terarah.
3. Observasi  
Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pemanfaatan langsung atau gambaran nyata terhadap aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan Cafe Gudang Imaji Coffee.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini, adalah:

1. Identitas Responden

- a. Jenis Kelamin : (Perempuan / Laki-laki)
  - b. Umur : Usia responden ( Tahun)
  - c. Pendidikan Terakhir : Tingkat pendidikan yang ditamatkan
  - d. Pekerjaan : Profesi responden saat wawancara
  - e. Pendapatan per bulan : (RP)
  - f. Frekuensi berkunjung Responden
  - g. Sumber informasi keberadaan Cafe Gudang Imaji
2. Adapun variabel-variabel lain yang diukur sebagai berikut:
    - a. Produk, yaitu berkaitan dengan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan produsen. Indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:
      - a) Kualitas rasa produk yang disajikan (citarasa).
      - b) Kebersihan dalam penyajian.
      - c) Tampilan fisik produk
    - b. Harga, yaitu berkaitan dengan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan produsen. Indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:
      - a) Terjangkau atau tidaknya harga
      - b) Kesesuaian harga dengan kuantitas/isi
      - c) Kesesuaian harga dengan cita rasa
    - c. Tempat, yaitu berkaitan dengan fasilitas yang disediakan oleh produsen. Indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:
      - a) Lokasi mudah dijangkau oleh konsumen.
      - b) Tersedianya halaman parkir.
      - c) Kenyamanan yang ditawarkan oleh Cafe Gudang Imaji.
      - d) Kebersihan ruangan.

- e) Tersedianya fasilitas internet (wi-fi)
- d. Promosi, yaitu berkaitan dengan cara mempengaruhi konsumen untuk membeli. Adapun indikator pengukuran variabel promosi adalah:
  - a) Pengiklanan yang dilakukan secara online oleh Cafe Gudang Imaji
- e. Pelayanan, yaitu berkaitan dengan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Adapun indikator pengukuran variabel pelayanan adalah:
  - a) Penampilan fisik (*tangible*) yaitu penampilan fisik dari karyawan.
  - b) Daya tanggap yaitu kesigapan pihak restoran dalam menanggapi keluhan dari pelanggan (*responsiveness*)
  - c) Empati yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen (*emphaty*)
  - d) Jaminan yaitu kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan (*assurance*)
  - e) Kualitas dan keandalan jasa pelayanan, yaitu kecepatan dalam penyajian (*reliability*)

sesuai dengan kode yang ada dalam kuesioner. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1. Sangat Puas (SP) —————> Skor 5
- 2. Puas (P) —————> Skor 4
- 3. Netral (N) —————> Skor 3
- 4. Tidak Puas (TP) —————> Skor 2
- 5. Sangat Tidak Puas (STP) —> Skor 1

Dengan cara perhitungan skor masing-masing pertanyaan: jumlah skor tiap Kriteria x jumlah responden.

$$S5 = 5 \times 30 = 150$$

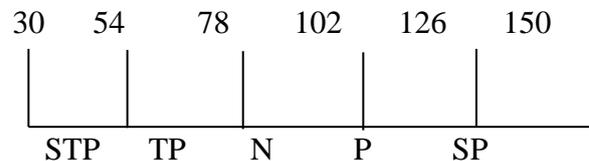
$$S4 = 4 \times 30 = 120$$

$$S3 = 3 \times 30 = 90$$

$$S2 = 2 \times 30 = 60$$

$$S1 = 1 \times 30 = 30$$

Jumlah skor ideal untuk setiap pernyataan (skor tertinggi) = 150, jumlah skor terendah = 30. Dengan interpretasi nilai:



Gambar 1. Interpretasi Nilai Dari Masing-Masing Pertanyaan

**Metode Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan skala pengukuran sikap yaitu (skala likert) dilanjutkan dengan indeks kepuasan konsumen.

**Skala Likert**

Skala likert adalah skala yang digunakan dalam kuesioner agar mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan, kemudian responden menjawab pertanyaan

Cara perhitungan skor keseluruhan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Cafe Gudang Imaji dari segi produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan: jumlah skor seluruh kriteria = capaian jumlah skor x jumlah responden x instrument pernyataan untuk:

$$S5 = 5 \times 30 \times 17 = 2550$$

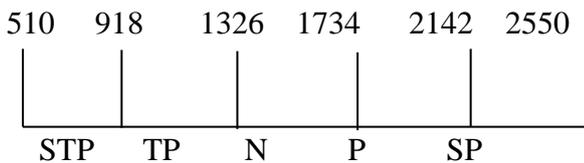
$$S4 = 4 \times 30 \times 17 = 2040$$

$$S3 = 3 \times 30 \times 17 = 1530$$

$$S2 = 2 \times 30 \times 17 = 1020$$

$$S1 = 1 \times 30 \times 17 = 510$$

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pertanyaan = 2550 (tertinggi), jumlah skor terendah = 510. Berdasarkan data yang dihimpun dari 17 pertanyaan yang diajukan kepada 30 responden. Dengan interpretasi nilai:



Gambar 2. Interpretasi Nilai Berdasarkan Data

1. Product dan Price

- S5 = 5 X 30 X 3 = 450
- S4 = 4 X 30 X 3 = 360
- S3 = 3 X 30 X 3 = 270
- S2 = 2 X 30 X 3 = 180
- S1 = 1 X 30 X 3 = 90

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pernyataan = 450 (tinggi). Jumlah skor terendah = 90 (rendah)

. Place dan Service

- S5 = 5 X 30 X 5 = 750
- S4 = 4 X 30 X 5 = 600
- S3 = 3 X 30 X 5 = 450
- S2 = 2 X 30 X 5 = 300
- S1 = 1 X 30 X 5 = 150

Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pernyataan = 750 (tinggi).

Jumlah skor terendah = 150 (rendah)

3. Promotion

- S5 = 5 X 30 X 1 = 150
- S4 = 4 X 30 X 1 = 120
- S3 = 3 X 30 X 1 = 90
- S2 = 2 X 30 X 1 = 60
- S1 = 1 X 30 X 1 = 30

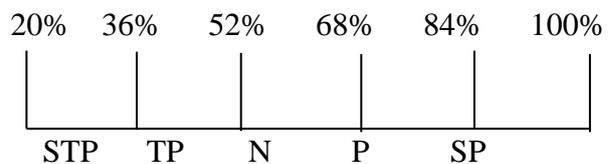
Jumlah skor ideal untuk keseluruhan pernyataan = 150 (tinggi). Jumlah skor terendah = 30 (rendah)

**Analisis Indeks Kepuasan Konsumen**

Indeks kepuasan konsumen adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapatan pelanggan dalam memperoleh pelayanan variabel dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan.

$$IKK = \frac{\text{Jumlah skor hasil pengumpulan data}}{\text{Jumlah skor ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

Dengan indeks tingkat kepuasan konsumen yaitu:



Gambar 3. Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen

Keterangan: kriteria interpretasi skor kepuasan konsumen

- Angka 20% - 36% = Sangat Tidak Puas
- Angka 36% - 52% = Tidak Puas
- Angka 52% - 68% = Netral
- Angka 68% - 84% = Puas
- Angka 84% - 100% = Sangat Puas

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Umum Objek Observasi Sejarah Cafe Gudang Imaji Coffee**

Cafe Gudang Imaji Coffee merupakan salah satu kafe kopi yang ada di Manado. Cafe Gudang Imaji Coffee ini sudah ada semenjak

tahun 2016 yang didirikan oleh Bapak Abdurahman M. Abubakar di Marina Plasa, pada Desember 2017, Cafe Kopi ini pindah di lokasi yang sekarang. Di tempat yang baru ini terjadi banyak perubahan dari desain cafe sampai pada penambahan karyawan. Cafe Gudang Imaji ini menggunakan konsep “Gudang” yang artinya, semuanya terbuat dari barang bekas, atau barang-barang yang terdapat di dalam gudang. Namun saat ini, sudah banyak perubahan yang terjadi di cafe ini. Cafe Gudang Imaji memiliki filosofi “Siapa saja yang datang berkunjung dan meminum kopi, mereka akan mendapatkan imajinasi baru”.

Cafe Gudang Imaji Coffee menyajikan berbagai macam keanekaragaman menu dan jenis makanan dan minuman yang terdiri dari kualitas yang terjamin citarasa dibalut dengan sentuhan dan pengalaman dalam memasak. Cafe Gudang Imaji Coffee memiliki harga yang tergolong murah bagi para pelanggan dengan rasa dan porsi yang disediakan sesuai dengan kantong para pelanggan yang tergolong murah. Cafe Gudang Imaji Coffee telah memanjakan banyak pelanggan setia dengan racikan minuman kopi dipadukan dengan kenikmatan makanan dan snack yang disajikan dengan menikmati fasilitas yang disediakan seperti fasilitas internet (wifi), dan juga kebersihan dari cafe sangat terjaga dan ruangan yang tersedia di cafe juga sangat nyaman untuk para pelanggan. Program atau strategi pemasaran mudah di dapatkan oleh pelanggan melalui promosi di media sosial (Instagram, facebook). Selama itu Cafe Gudang Imaji Coffee terus memberikan segala bentuk pelayanan dan fasilitas terbaik bagi para pelanggan.

**Struktur Organisasi Pekerjaan**

Tenaga kerja di Cafe Gudang Imaji Coffee saat ini berjumlah 6 orang yaitu terdiri dari 1 orang owner, 3 orang sebagai barista, 1 orang head bar, dan 1 orang sebagai chef.

**Jenis Harga Dari Produk Cafe Gudang Imaji Coffee**

Tabel 1. Jenis Dan Harga Menu Di Cafe Gudang Imaji Coffee

No	Jenis Menu	Harga (RP)
<b>Food</b>		
1.	Nasi Goreng	15.000
2.	Ayam Kentaki	17.000
3.	Ayam Geprek	15.000
4.	Sate Lontong	17.000
5.	Gado – gado	15.000
6.	Tinutuan	12.000
7.	Bubur Ayam	12.000
8.	Mie cakalang	12.000
<b>Snack</b>		
1.	Roti Bakar	15.000
2.	Batagor	15.000
3.	Somay	15.000
4.	Goroho	15.000
5.	Bumble Beef	18.000
<b>Drink</b>		
<b>Espresso Based</b>		
1.	Espresso	14.000
2.	Doppio	15.000
3.	Cafe Latte	22.000
4.	Cappucino	22.000
5.	Moccaccino	22.000
<b>Smoothie</b>		
1.	Chocolate	20.000
2.	Matcha	20.000
3.	Taro	20.000
4.	Red Velvet	20.000
5.	Vanilla	20.000
6.	Vanilla Cookies	25.000
7.	Vanilla Frappe	25.000
<b>Signature</b>		
1.	Ice Caramel Latte	25.000
2.	Kopi Susu Imaji	20.000
3.	Coconut Coffee	25.000
4.	Avocado Coffee	25.000
5.	Vulcano	25.000
6.	Vanila Regal	25.000
<b>Traditional</b>		
1.	Kopi Hitam	8.000
2.	Kopi Susu	12.000
3.	Kopi Tubruk Hitam	8.000
4.	Kopi Tubruk Susu	10.000
<b>Beverage</b>		
1.	Tea	10.000
2.	Lychee Tea	15.000
3.	Lemon Tea	15.000
4.	Thaitea	20.000
5.	Lime Soda	15.000

Sumber: Cafe Gudang Imaji Coffee, 2020

Dari tabel 1, menjelaskan bahwa jenis dan harga menu di Cafe Gudang Imaji Coffee terdiri dari bermacam-macam jenis makanan dan minuman dengan harga yang bervariasi dengan rentangan harga makanan dari Rp 12.000 sampai dengan Rp 18.000, sedangkan untuk minuman memiliki rentangan harga dari Rp 8.000 sampai dengan Rp 25.000.

### Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 30 responden diambil yang menjadi konsumen di Cafe Gudang Imaji Coffee . Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing - masing klasifikasi responden.

### Jenis Kelamin Reponden

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada Cafe Gudang Imaji Coffee di Kota Manado adalah laki-laki dengan jumlah 20 responden dengan persentase 66,7%, sedangkan responden perempuan sebanyak 10 responden dengan persentase 33,3%. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki lebih menyukai kopi di bandingkan dengan responden perempuan.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden Dari Konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	20	66,7
2	Perempuan	10	33,3
	Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Umur Responden

Tabel 3, menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak pada umur antara 21-30 tahun dengan jumlah 19 responden dengan persentase sebesar 63,3% sedangkan jumlah responden terendah ada pada umur antara  $\geq 41$  tahun dengan jumlah responden 1 dengan

persentase sebesar 3,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee adalah anak muda.

Tabel 3. Umur Konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	$\leq 20$	7	23,3
2	21 – 30	19	63,3
3	31 – 40	3	10,0
4	$\geq 41$	1	3,4
	Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden yang tertinggi yaitu pada tingkat pendidikan lulusan SMA dengan jumlah 25 responden dengan persentase 83,3%. Sedangkan tingkat pendidikan responden yang paling sedikit ada pada tingkat pendidikan Srata satu sebanyak 5 responden dengan persentase 16,7%. Ini menunjukkan bahwa konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee kebanyakan adalah berpendidikan terakhir SMA, ini disebabkan karena kebanyakan konsumen adalah kalangan mahasiswa yang sementara melanjutkan studi S1 dan gaya hidup mahasiswa yang gemar berkumpul dan makan.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden Cafe Gudang Imaji Coffee

No	Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	SM A	25	83,3
2	S1	5	16,7
	Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### 4.2.4. Pekerjaan Responden

Tabel 5, menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 19 responden dengan persentase 63,4%,

sedangkan responden terkecil adalah Pegawai Negeri Sipil/BUMN, seniman lepas dan tentara dengan jumlah responden masing-masing 1 responden dengan persentase 3,3%. Ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden adalah kalangan pelajar/mahasiswa.

Tabel 5. Pekerjaan Responden Cafe Gudang Imaji Coffee

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	19	63,4
2	Pegawai Negeri Sipil / BUMN	1	3,3
3	Pegawai Swasta	5	16,7
4	Wiraswasta/Pengusaha	3	10,0
5	Seniman Lepas	1	3,3
6	Tentara	1	3,3
	Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Pendapatan Perbulan Responden

Tabel 6, menunjukkan bahwa dapat diketahui bahwa pendapatan perbulan responden yang terbanyak yaitu pada tingkatan < 2.500.000 dengan jumlah 21 responden dengan persentase 70,0% dan pendapatan perbulan responden yang paling sedikit yaitu pada tingkatan 2.500.000-5.000.000, 5.000.000-7. 500.000 dan > 7. 500.000 dengan jumlah responden masing-masing 3 responden dengan persentase 10,0%.

Tabel 6. Pendapatan Responden Cafe Gudang Imaji Coffee

Pendapatan Perbulan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
< 2.500.000	21	70,0
2.500.000 - 5.000.000	3	10,0
5.000.000 - 7. 500.000	3	10,0
> 7. 500.000	3	10,0
Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Frekuensi Kunjungan Responden

Tabel 7, menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak ada pada jumlah kunjungan antara 2–5 kali dengan jumlah 13 responden dengan persentase 43,3% sedangkan responden yang terendah ada pada jumlah kunjungan antara 6-10 kali dengan jumlah 1 responden dengan persentase 3,3%. Ini menunjukkan bahwa responden sudah lebih dari 2-5 kali mengunjungi Cafe Gudang Imaji Coffee.

Tabel 7. Frekuensi Kunjungan Responden Cafe Gudang Imaji Coffee

Kunjungan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1 kali	4	13,4
2 - 5 kali	13	43,3
6 - 10 kali	1	3,3
> 10 kali	12	40,0
Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Sumber Informasi Keberadaan Cafe Gudang Imaji Coffee

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa responden mendapatkan informasi keberadaan cafe yang terbanyak adalah memperoleh informasi dari teman dengan jumlah 24 responden dengan persentase 80,0%. Sedangkan responden mendapatkan informasi keberadaan cafe yang terendah adalah media sosial, dan melihat langsung dengan jumlah responden masing-masing 1 responden dengan persentase 3,3%.

Tabel 8. Sumber Informasi Keberadaan Cafe Gudang Imaji Coffee

Mengetahui Keberadaan Café	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Teman	24	80,0
Media Sosial	1	3,3
Melihat langsung	1	3,3
Dekat Kantor	4	13,4
Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Kesan Responden Setelah Berkunjung di Cafe Gudang Imaji Coffee**

Tabel 9, menunjukkan bahwa kesan responden setelah berkunjung tertinggi adalah puas dengan jumlah 13 responden dengan persentase 43,3%, sedangkan responden terendah adalah netral dengan jumlah 5 responden dengan persentase 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden puas setelah berkunjung di Cafe Gudang Imaji Coffee.

Tabel 9. Kesan Responden Setelah Berkunjung di Cafe Gudang Imaji Coffee

Kesan setelah berkunjung	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	12	40,0
Puas	13	43,3
Netral	5	16,7
Jumlah	30	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado**

Mengukur tingkat kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh pihak yang terkait dalam hal ini Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado tujuannya agar dapat mengetahui apa-apa saja kelebihan maupun kekurangan dari cafe tersebut agar dapat maju dan mendapat keuntungan yang besar. Dalam hal ini tingkat kepuasan konsumen yang diukur adalah menggunakan 5 aspek yakni:

**Produk**

Produk meliputi apa saja yang ditawarkan di Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado. Pengukuran kepuasan konsumen dilihat dari kualitas produk adalah untuk jenis usaha yang dikelola oleh Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado.

**Tanggapan Responden Terhadap Produk**

Tanggapan responden mengenai produk yang ditawarkan dilihat dari total skor, persentase dan interpretasi. Tabel 10, menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap produk adalah 85,11% dengan kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Indikator yang mendapatkan kepuasan konsumen lebih tinggi adalah kualitas cita rasa produk sebesar 86,67% dengan kategori sangat puas. Hal ini disebabkan karena cita rasa produk makanan yang di jual rasanya enak dan sesuai dengan selera konsumen. Oleh sebab itu Cafe Gudang Imaji Coffee harus tetap mempertahankan kualitas cita rasa produk yang ditawarkan oleh konsumen. Indikator kebersihan dalam penyajian sebesar 85,33% dengan kategori sangat puas hal ini menunjukkan bahwa kebersihan dalam penyajian makanan sudah memuaskan konsumen. Indikator tampilan fisik produk sebesar 83,33% dengan kategori puas menunjukkan bahwa konsumen puas dengan tampilan fisik makanan yang menarik dan enak.

Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Produk

No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	(%)	Kategori
		STP	TP	N	P	SP			
1	Tampilan fisik Produk	0	0	5	15	10	125	83,33	Puas
2	Kebersihan dalam Penyajian	0	0	5	12	13	128	85,33	Sangat Puas
3	Kualitas cita rasa Produk	0	0	3	14	13	130	86,67	Sangat Puas
	Rata-rata						127,67	85,11	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Harga**

Harga yang ada di Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado. Pengukuran kepuasan konsumen dilihat dari harga adalah untuk jenis usaha yang dikelola oleh Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado.

**Tanggapan Responden Terhadap Harga.**

Tanggapan responden mengenai harga yang ditawarkan dilihat dari total skor, persentase dan interpretasi. Tabel 11, menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap harga jual produk Cafe Gudang Imaji Coffee sebanyak 87,33% dengan kategori sangat puas artinya harga yang ditetapkan Cafe Gudang Imaji Coffee dapat dijangkau oleh masyarakat Manado khususnya konsumen

pelajar/mahasiswa karena mayoritas responden yang membeli produk tersebut adalah pelajar/mahasiswa. Skor yang paling tinggi

pada indikator kesesuaian harga dengan cita rasa sebesar 88,00% dengan kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa harga sesuai dengan rasa dan manfaat yang di peroleh oleh konsumen. Indikator kesesuaian harga dengan kuantitas/isi sebesar 87,33% dengan kategori sangat puas menunjukkan bahwa harga sesuai dengan porsi makanan dan konsumen. Indikator terjangkau atau tidaknya harga sebesar 86,67% dengan kategori sangat puas menunjukkan bahwa harga sangat terjangkau atau murah dan dapat memuaskan konsumen.

Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Harga

No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	(%)	Kategori
		STP	TP	N	P	SP			
1	Tampilan fisik Produk	0	0	5	15	10	125	83,33	Puas
2	Kebersihan dalam Penyajian	0	0	5	12	13	128	85,33	Sangat Puas
3	Kualitas cita rasa Produk	0	0	3	14	13	130	86,67	Sangat Puas
	Rata-rata						131	87,33	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Tempat**

Tempat sangat mempengaruhi pemasaran suatu produk. Kaitannya disini adalah letak tempat Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado apa lokasinya strategis mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen.

**Tanggapan Responden Terhadap Tempat.**

Tanggapan responden mengenai tempat dari produk yang ditawarkan dengan total skor, persentase dan interpretasi nilai. Tabel 12, menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap tempat atau lokasi Cafe

Gudang Imaji Coffee Kota Manado sebanyak 79,60% dengan kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado sangat strategis dan mudah untuk dijangkau oleh responden. Indikator tertinggi tersedianya fasilitas internet (wifi) sebesar 86,67% dengan kategori sangat puas (SP) menunjukkan bahwa konsumen sangat puas terhadap kelancaran wi-fi yang di sediakan Cafe Gudang Imaji Coffee. Indikator lokasi mudah dijangkau sebesar 86,00% dengan kategori sangat puas (SP) menunjukkan bahwa lokasi mudah dijangkau oleh konsumen Cafe

Gudang Imaji Coffee Kota Manado sesuai dengan keadaan konsumen. Indikator kebersihan ruangan sebesar 82,00% dengan kategori sangat puas (SP) menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap kebersihan ruangan Cafe Gudang Imaji Coffee. Indikator kenyamanan ruangan sebesar 78,00% dengan kategori puas (P) menunjukkan bahwa kenyamanan ruangan Cafe Gudang Imaji

Coffee dapat memuaskan konsumen. Indikator tersedianya halaman parkir sebesar 65,33% dengan kategori netral (N) menunjukkan bahwa tersedianya halaman parkir Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado masih belum memadai jadi perlu diperhatikan oleh pemilik Cafe Gudang Imaji Coffee karena kurangnya lahan untuk tempat parkir konsumen.

Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap Tempat

No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	(% )	Kategori
		STP	TP	N	P	SP			
1.	Lokasi mudah dijangkau	0	0	5	11	14	129	86,00	Sangat Puas
2.	Tersedianya halaman parkir	1	7	9	9	4	98	65,33	Netral
3.	Kenyamanan ruangan	0	1	8	14	7	117	78,00	Puas
4.	Kebersihan ruangan	0	0	7	13	10	123	82,00	Puas
5.	Tersediannya fasuilitas internet	1	1	2	9	17	130	86,67	Sangat Puas
	Rata-rata						119,4	79,60	Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

### Promosi

Promosi yang digunakan di Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado yaitu disesuaikan dengan keadaan yang ada di cafe dengan menggunakan promosi secara tidak langsung (Internet) promosi secara online.

### Tanggapan Responden Terhadap Promosi.

Cara mempromosikan produk sangat berpengaruh dapat dilihat dari total skor, persentase dan interpretasi nilai. Tabel 13,

menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden sebanyak 78,00% dengan kategori puas. Sesuai dengan hasil penelitian yang didapat melalui indikator pengiklanan yang dilakukan secara online Cafe Gudang Imaji Coffee disini pengiklanan di internet menggunakan promosi secara tidak langsung, tetapi melalui media online (Internet) menunjukkan bahwa pengiklanan yang dilakukan secara online Cafe Gudang Imaji Coffee sudah efektif.

Tabel 13. Tanggapan Responden Terhadap Promosi

No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	(% )	Kategori
		STP	TP	N	P	SP			
1.	Pengiklanan online	0	0	5	11	14	129	86,00	Sangat Puas
	Rata-rata						129	86,00	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Pelayanan**

Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang lain yang melayani maupun yang dilayani. Dengan kata lain pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado.

**Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan.**

Tabel 14, menjelaskan bahwa rata-rata tanggapan responden sebanyak 86,67% dengan kategori sangat puas. Indikator pelayanan yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi adalah keramahan karyawan dalam melayani konsumen sebesar 89,33% dengan kategori sangat puas. Hal ini disebabkan karena

konsumen sangat puas terhadap keramahan karyawan dalam hal berbicara dan raut wajahnya. Indikator kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan dalam menangani keluhan sebesar 88,67% dengan kategori sangat puas (SP). Indikator pengetahuan karyawan terhadap produk yang dijual sebesar 88,00% dengan kategori sangat puas (SP). Indikator penampilan fisik dari karyawan sebesar 85,33% dengan kategori sangat puas (SP). Indikator pelayanan yang memiliki tingkat kepuasan terendah adalah kecepatan dalam menyajikan produk yang dipesan sebesar 80,00% dengan kategori puas (P) hal ini menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap kecepatan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman.

Tabel 14. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan

No	Indikator	1	2	3	4	5	Jumlah	(%)	Kategori
		STP	TP	N	P	SP			
1.	Penampilan fisik dari karyawan	0	0	5	12	13	128	85,33	Sangat Puas
2.	Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan dalam menangani keluhan	0	0	3	11	16	133	88,67	Sangat Puas
3.	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	0	0	3	10	17	134	89,33	Sangat Puas
4.	Pengetahuan karyawan terhadap produk yang dijual	0	0	4	10	16	132	88,00	Sangat Puas
5.	Kecepatan dalam menyajikan produk yang dipesan	0	0	7	16	7	120	80,00	Puas
	Rata-rata						129,4	86,67	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

**Rekapitulasi Pengukuran Kepuasan Konsumen Terhadap Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Pelayanan Pada masing-masing Indikator dan Interpretasi Hasil**

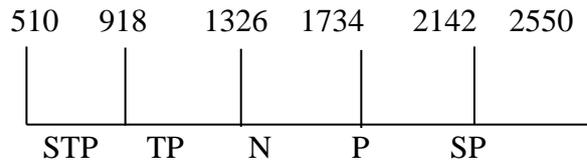
Penelitian mengukur tingkat kepuasan konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado, mengambil 17 indikator sebagai tolak ukur dengan total 30 responden dalam penelitian ini, dimana masing-masing terbagi dalam 5 (lima) bagian. Tabel 15, menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen variabel tertinggi pada variabel skor harga sebesar 393 dengan indeks kepuasan konsumen 87,33% dengan interpretasi sangat puas. Selanjutnya indeks kepuasan konsumen variabel terendah pada skor variabel promosi sebesar 117 dengan indeks kepuasan konsumen 78,00% dengan interpretasi puas.

Tabel 15. Rekapitulasi Total Skor Kepuasan Konsumen Dan Interpretasi

Variabel	Total Skor	Indeks Kepuasan Konsumen (%)	Interpretasi
Produk	383	85,11	Sangat Puas
Harga	393	87,33	Sangat Puas
Tempat	597	79,60	Puas
Promosi	117	78,00	Puas
Pelayanan	647	86,67	Sangat Puas

Sumber: Diolah dari data primer, 2020

Jumlah skor ideal untuk semua pertanyaan adalah 2550 (sangat puas), jumlah skor terendah adalah 510 (sangat tidak puas). Berdasarkan data yang diperoleh dari 17 pertanyaan yang diajukan kepada 30 responden, maka diperoleh total skor 2137, dengan indeks kepuasan konsumen pengunjung sebagai berikut:



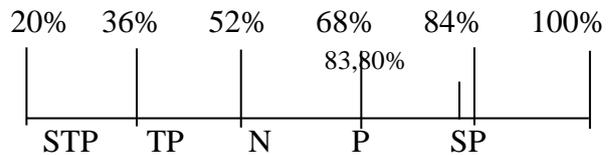
Gambar 5. Kepuasan Konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee Berdasarkan Data

Secara persentase, kepuasan konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee adalah sebagai berikut:

$$IKK = \frac{\text{Jumlah skor hasil pengumpulan data}}{\text{Jumlah skor ideal (tertinggi)}} \times 100\%$$

$$= 83,80\%$$

Dengan interpretasi nilai:



Gambar 3. Kepuasan Konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee Berdasarkan Persentase

- Angka 20% - 36% = Sangat Tidak Puas
- Angka 36% - 52% = Tidak Puas
- Angka 52% - 68% = Netral
- Angka 68% - 84% = Puas
- Angka 84% - 100% = Sangat Puas

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala likert, maka dapat diketahui bahwa angka indeks kepuasan konsumen Cafe Gudang Imaji Coffee dari variabel produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan sebesar 83,80% artinya secara umum konsumen tergolong puas (P). Hal ini menunjukkan secara keseluruhan Cafe Gudang Imaji Coffee telah memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen walaupun ada beberapa variabel yang harus diperhatikan dan ditingkatkan lagi khususnya pada variabel tempat tersedianya halaman parkir

yang kurang memadai karena kurangnya lahan parkir yang dimiliki Cafe Gudang Imaji Coffee. Pada variabel promosi pengiklanan yang dilakukan secara online Cafe Gudang Imaji Coffee perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi. Pada variabel produk, variabel harga, variabel pelayanan diharapkan dapat ditingkatkan dan dapat dipertahankan oleh pemilik Cafe Gudang Imaji Coffee.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Tingkat kepuasan konsumen pada cafe Gudang Imaji Coffee Kota Manado diukur dengan Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) secara umum tergolong puas (P) dengan IKK = 83,80%. Secara khusus tingkat kepuasan untuk variabel produk (85,11%), harga (87,33%) dan pelayanan (86,67%) tergolong sangat puas, sedangkan variabel tempat (79,60%) dan promosi (78,00%) hanya tergolong puas.

### Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk lebih meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, maka pengelola Cafe Gudang Imaji Coffee dapat meningkatkan aspek tempat, dan promosi, yang dalam penelitian ini masuk dalam kategori puas supaya kedepannya menjadi sangat puas. Mengacu pada tanggapan konsumen, untuk aspek tempat, perlu disediakan tempat parkir yang memadai bagi para pengunjung, sedangkan untuk variabel promosi, dapat menggunakan media promosi yang lebih bervariasi.

2. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian tidak di uji validitas dan reliabilitasnya. Disarankan dalam melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen dimasa yang akan datang, supaya kuisisioner yang digunakan sudah di uji dulu validitas dan reliabilitasnya

## DAFTAR PUSTAKA

- Sa'pang, Christopher Andre (2017) "Wisata Kuliner Malalayang Di Kota Manado " Arsitektur Lansekap". Jurnal Arsitektur 6 (1).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta. ANDI.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta