

**Tingkat Kepuasan Konsumen Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang  
Kecamatan Amurang Timur Kabupaten Minahasa Selatan**

***Level Of Consumer Satisfaction Cafe Bifi Coffee Pondang Village  
East Amurang District South Minahasa Regency***

**Romario Tambajong <sup>(1)(\*)</sup>, Noortje Marselianie Benu <sup>(2)</sup>, Lyndon Reinhardt Jacob Pangemanan <sup>(2)</sup>**

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

\*Penulis untuk korespondensi: romariotambajong98@gmail.com

---

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Senin, 03 Juli 2023

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 29 September 2023

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the level of customer satisfaction of Bifi Coffee, Pondang Village, East Amurang District, South Minahasa Regency. The research was conducted from May to July 2023. This study uses accidental sampling technique, namely determining the sample by chance, that is, anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. Determination of the sample using the Malhora formula, namely 5 multiplied by the number of variables or the number of questions available, with 13 question indicators, the sample taken was 65. The results showed that the attributes that need attention and are the top priority for improvement are quadrant I (ease of responding to requests and attractive place decoration). In the next attribute included in quadrant II (alertness of employees when customers visit, courtesy to customers, friendliness to customers, cleanliness and tidiness of the place, available equipment facilities and tidiness of service appearance). Attributes that fall into quadrant III (employee skills and abilities, timeliness in serving and ease of communication). Quadrant IV attributes (speed of the presentation process, readiness and willingness to serve customers). Based on the CSI calculation, the value of the level of customer satisfaction at Cafe Bifi Coffee, Pondang Village, East Amurang District, South Minahasa Regency reaches a value of 80.71%. This value is in the range 0.66-0.80%, thus overall consumers are satisfied with Cafe Bifi Coffee.*

*Keywords : customer satisfaction; service; cafe*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk adalah mengetahui tingkat kepuasan Konsumen Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan. Penelitian dilakukan mulai Mei sampai Juli 2023. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan rumus Malhora yaitu 5 dikalikan dengan jumlah variabel atau jumlah pertanyaan yang ada, dengan indikator pertanyaan yang berjumlah 13, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 65. Hasil penelitian menunjukkan atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah kuadran I (kemudahan dalam merespon permintaan dan dekorasi tempat yang menarik). Pada atribut berikutnya yang termasuk dalam kuadran II (kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung, kesopanan kepada pelanggan, keramahan kepada pelanggan, kebersihan dan kerapian tempat, fasilitas perlengkapan yang tersedia dan kerapian penampilan pelayanan). Atribut yang masuk kedalam kuadran III (keterampilan dan kemampuan karyawan, ketepatan waktu dalam melayani dan kemudahan berkomunikasi). Atribut kuadran IV (kecepatan proses penyajian, kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan). Berdasarkan perhitungan CSI nilai tingkat kepuasan konsumen pada Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan mencapai nilai 80.71%. Nilai tersebut berada pada rentang 0.66-0.80%, dengan demikian secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap Cafe Bifi Coffee.

Kata kunci : kepuasan konsumen; pelayanan; cafe

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tingkat kepuasan konsumen adalah salah satu indikator penting dalam memperkirakan kesuksesan suatu bisnis. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai evaluasi subjektif konsumen terhadap kinerja produk atau layanan yang diberikan perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan memahami tingkat kepuasan konsumen dan cara untuk meningkatkannya. Tingkat kepuasan konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen, retensi pelanggan, dan laba perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, harga, pelayanan pelanggan, ketersediaan produk, dan reputasi merek. Perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen melalui upaya peningkatan kualitas produk atau layanan, pengurangan harga, perbaikan pelayanan pelanggan, peningkatan ketersediaan produk, dan membangun reputasi merek yang kuat. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas produk atau layanan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan yang fokus pada peningkatan kualitas produk atau layanan cenderung memiliki tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Selain itu, kepuasan konsumen sangat penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Konsumen yang sangat puas dengan produk atau layanan cenderung menjadi pelanggan setia dan bahkan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Selain itu, perusahaan yang mampu mencapai kepuasan konsumen yang tinggi juga memiliki kemampuan meningkatkan retensi pelanggan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan konsumen memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mampu mencapai kepuasan konsumen yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan mencari cara untuk meningkatkannya. Cafe Bifi Coffee, yang

terletak di Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan, dimiliki oleh Ronaldo Faustino Masebali, ST. Cafe ini merupakan tempat yang populer di daerah tersebut, menawarkan suasana yang nyaman dan berbagai pilihan kopi berkualitas tinggi. Dengan kepemilikan Ronaldo Faustino Masebali, ST yang berpengalaman dan memiliki latar belakang teknik sipil, cafe ini juga dikenal dengan desain interior yang menarik dan ramah pengguna. Pemilik cafe memiliki basis pelanggan yang stabil. Setiap harinya, cafe ini melayani rata-rata 30 hingga 40 konsumen. Hal ini menunjukkan daya tarik dan popularitas cafe di kalangan masyarakat setempat. Konsumen cafe tersebut datang untuk menikmati kualitas kopi yang disajikan dengan baik, serta suasana yang nyaman dan menyenangkan. Dalam cafe ini, para pelanggan dapat menikmati berbagai varian kopi, mulai dari kopi klasik hingga kopi spesial dengan beragam rasa unik. Pemilik cafe yang telah memiliki pengalaman dan dedikasi untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan, cafe ini memiliki potensi cerah untuk terus berkembang dan menjadi tujuan favorit bagi pecinta kopi di daerah tersebut.

Perkembangan bisnis cafe mulai berkembang seiring perkembangan zaman, hal ini diakibatkan persaingan yang ketat antara satu cafe dengan cafe lainnya sehingga membuat pelaku bisnis berusaha meningkatkan serta menarik pelanggan dengan berbagai cara, untuk itu pelayanan serta perkembangan bisnis cafe harus terus ditingkatkan lebih baik agar konsumen merasa puas dengan apa yang ditawarkan. Upaya menjaga agar konsumen selalu berkunjung dan menikmati produk yang ada, maka pelaku usaha cafe haruslah mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumennya, dimana dalam menjalankan suatu usaha haruslah mempunyai strategi pemasaran untuk menunjang kepuasan konsumen tersebut. Peningkatan tingkat kepuasan konsumen dapat membawa manfaat besar bagi perusahaan. Selain dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan, perusahaan yang mampu mencapai kepuasan konsumen yang tinggi juga cenderung memiliki

reputasi yang baik di mata konsumen. Konsumen yang puas dengan produk atau layanan perusahaan cenderung menjadi duta merek yang baik, dan merekomendasikan produk atau layanan perusahaan kepada orang lain.

Uraian latar belakang penelitian tersebut, menarik untuk melakukan penelitian dengan judul tingkat kepuasan Konsumen Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan Konsumen Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan.

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai tingkat kepuasan konsumen.
2. Bagi Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi Manado, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk perguruan tinggi dalam meningkatkan kurikulum.
3. Bagi akademis, sebagai bahan acuan atau referensi penulis lainnya yang melakukan ataupun melanjutkan penelitian sejenis.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Kegiatan penelitian dilakukan mulai bulan Mei sampai Juli 2023. Penelitian ini dilakukan di Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat dan menyebarkan daftar pertanyaan untuk kemudian di isi oleh responden tempat diadakannya penelitian, dengan harapan

memberikan respon terhadap daftar pertanyaan tersebut.

2. Wawancara adalah melakukan kegiatan tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan objek yang diteliti.
3. Studi literatur dan dokumentasi studi literatur merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepastakaan melalui jurnal, internet dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Penentuan sampel penelitian dalam ini berpedoman pada pendapat yang dikemukakan Malhotra (2004) menyatakan bahwa besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan mengalikan banyaknya item variabel-variabel yang diamati. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan rumus Malhora yaitu 5 dikalikan dengan jumlah variabel atau jumlah pertanyaan yang ada, dalam penelitian ini dengan indikator pertanyaan yang berjumlah 13, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 65.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

Menurut Umar (2003), terdapat lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*)
  - a. Keterampilan dan kemampuan karyawan
  - b. Kecepatan waktu dalam melayani
  - c. Kecepatan proses penyajian
2. Kesigapan (*Responsiveness*)
  - a. Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung
  - b. Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan

3. Jaminan (*Assurance*)
  - a. Kesopanan kepada pelanggan
  - b. Keramahan kepada pelanggan
4. Empati (*Emphaty*)
  - a. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pelanggan
  - b. Kemudahan dalam merespon permintaan
5. Nyata (*Tangibles*)
  - a. Kebersihan dan keterampilan tempat
  - b. Dekorasi tempat yang menarik
  - c. Fasilitas pelengkapan yang tersedia
  - d. Kerapihan penampilan pelayanan.

**Metode Analisa Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Improtance Performance Analysis* (IPA). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software computer* Microsoft Exel 2010 untuk tabulasi data, *improtance performance analysis*, uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* Microsoft Exel. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan r tabel. Apabila nilai r hitung > r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid, Ghozali (2010). Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *corrected item total correlation* adalah korelasi *product moment* yang dituliskan dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Diketahui:

- r = Koefisien Korelasi
- n = Jumlah Subjek (Responden)
- $\sum X$  = Jumlah x (skor butir)
- $\sum X^2$  = Jumlah skor butir kuadrat
- $\sum Y$  = Jumlah skor Y (skor faktor)
- $\sum Y^2$  = Jumlah skor faktor kuadrat
- $\sum XY$  = Jumlah perkalian x & y

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan

sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah cukup baik. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan rumus (Arikunto, 2006):

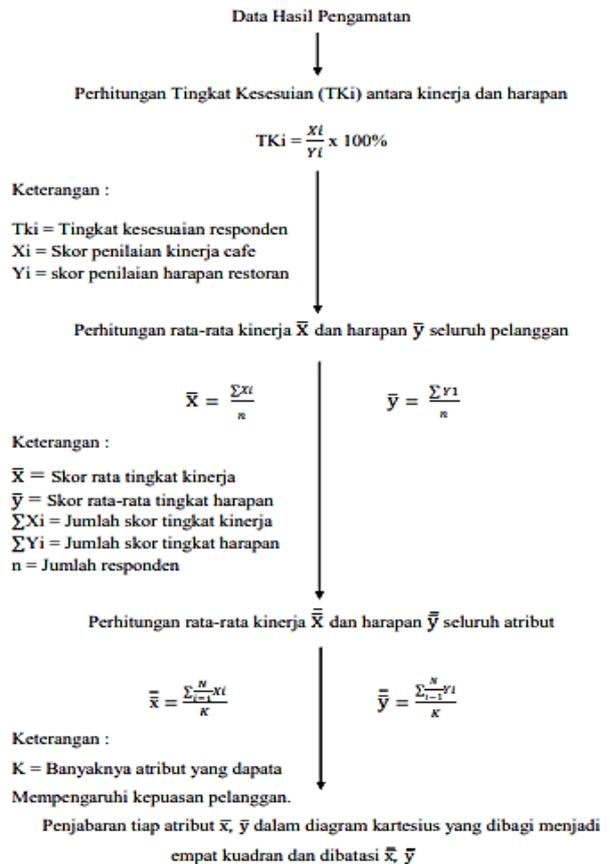
$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Dimana:

- r11 = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$  = Jumlah ragam butir
- $\sigma_t^2$  = Jumlah ragam total

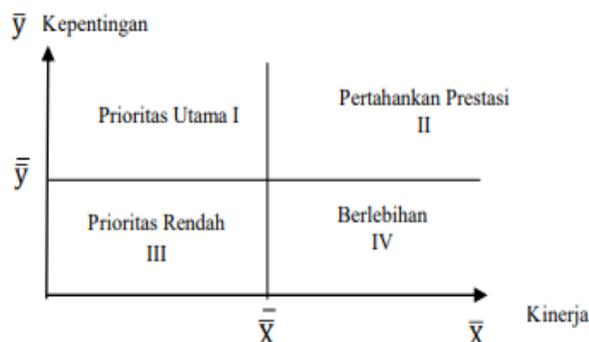
3. *Improtance Performance Analysis* (IPA)

IPA adalah suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif (Simamora, 2002). Tahapan analisis dengan menggunakan metode IPA dapat dilihat pada Gambar 1 (Supranto, 2001):



Gambar 1. Diagram alir metode *Importance-Performance Analysis* (Supranto, 2001)

Tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka didapat hasil berupa empat kuadran sesuai Gambar 2 (Tjiptono, 2011):



Gambar 2. *Importance Performance Analysis* (Tjiptono, 2011)

#### 4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Menurut Irawan (2002), pengukuran terhadap *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Indeks kepuasan pelanggan (CSI) dapat dihitung dengan tahapan:

- Menghitung *Weighting Factors* (WF), yaitu fungsi dari median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.
- Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu fungsi dari skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.
- Menghitung *Weight Median Total* (WMT), yaitu total dari nilai *Weighted Score* (WS) secara keseluruhan.

- Menghitung indeks kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*), yaitu perhitungan dari *Weight Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum, kemudian dikali 100%. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen

Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i>
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Kurang Puas
0,35-0,50	Tidak Puas
0,00-0,35	Sangat Tidak Puas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Wilayah Penelitian

Awal perjalanan Bifi Coffee dimulai pada tanggal 01 Maret 2019, dengan pemilik bernama Ronaldo yang mendirikan Bifi Coffee terletak di ruko *student house* Unika De La Salle Manado, saat itu pemilik seorang mahasiswa semester akhir yang sedang dalam persiapan tugas akhir, kemudian pemilik mengajak dua orang teman untuk bergabung bersama membesarkan Bifi Coffee, berjalan dua bulan Bifi Coffee harus tutup sementara karena terkendala modal dan dalam fokus menghadapi sidang tugas akhir, setelah menunggu lama akhirnya Bifi Coffee kembali dibuka pada tanggal 01 September 2020 dengan menggunakan konsep *booth container* yang diletakan di depan Alfamidi Paniki Dua, Kota Manado. Berjalan sekitar 5 bulan dengan konsep *booth*, Bifi Coffee merubah arah bisnis dengan berpindah ke Kabupaten Minahasa Selatan tepatnya di Amurang, di jalan pantai alar boulevard. Masih mengusung konsep *booth* kekinian namun dilengkapi dengan tempat orang untuk berteduh dengan kapasitas mencapai 30 orang pelanggan. Seiring bertambahnya jumlah pelanggan Bifi Coffee meninggalkan konsep *booth* dan memperluas area penjualan dengan

membangun sebuah tempat yang menampung hingga kapasitas 60 orang pelanggan. Hingga kini Bifi Coffee masih terus melakukan perbaikan konsep dan model bisnis, dan telah mempekerjakan sebanyak 6 orang pekerja, sebagai barista dan *waiters*. Dengan visi dan misi membawa kebahagiaan bagi setiap pelanggan, Bifi Coffee terus berbenah dan berupaya untuk berekspansi demi menjangkau seluruh pelanggan.

### Deskripsi Umum Responden

Responden yang diambil dalam penelitian adalah pelanggan Cafe Bifi Coffee yang melakukan kunjungan saat dilakukan penelitian. Jumlah responden pada saat dilaksanakan penelitian terdapat sebanyak 65 responden. Gambaran umum responden menjelaskan responden berdasarkan umur, jenis kelamin dan pekerjaan yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	<b>Jenis Kelamin</b>		
	Laki-laki	45	45
	Perempuan	20	20
2.	<b>Usia</b>		
	18 – 25	39	39
	26 – 35	26	26
3.	<b>Pekerjaan</b>		
	Mahasiswa	24	24
	Karyawan	13	13
	Apoteker	4	4
	Siswa	5	5
	Barista	6	6
	Honorar	5	5
	Wiraswasta	2	2
	Asn	4	4
	Guru	2	2
4.	<b>Asal Mengenal Cafe Bifi Coffee</b>		
	Keluarga	8	8
	Temannya	18	18
	Sosial media	26	26
	Kebetulan lewat	9	9
	Lainnya	4	4
5.	<b>Pertimbangan mengunjungi Cafe Bifi Coffee</b>		
	Harga	14	14
	Citarasa	16	16
	Lokasi strategis	10	10
	Suasana nyaman	15	15
	Pelayanan	8	8
	Lainnya	2	2
6.	<b>Seberapa Sering Berkunjung Cafe Bifi Coffee</b>		
	1 minggu sekali	16	16
	2 minggu sekali	13	13
	1 bulan sekali	14	14
	Lainnya	22	22

Sumber: Data Primer, 2023

Kriteria responden mengenal informasi Cafe Bifi Coffee, responden yang paling banyak mendapatkan informasi ada pada pilihan sosial media dengan jumlah responden sebesar 26% dan yang paling sedikit yaitu pada pilihan lain sebesar 4% dan pada kriteria pertimbangan awal mengunjungi Cafe Bifi Coffee responden terbanyak adalah responden yang paling banyak mempertimbangkan cita rasa di Cafe Bifi Coffee dengan jumlah responden 16% dari keseluruhan 65 responden dan yang paling sedikit yaitu pertimbangan lain sebesar 2%. Berdasarkan frekuensi kunjungan/seberapa sering berkunjung, dapat diketahui bahwa responden paling banyak adalah responden yang memilih pilihan lainnya dengan jumlah responden sebanyak 22% dan jumlah responden paling sedikit yaitu sebanyak 13% dipilihan 2 minggu sekali.

### Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas 65 Responden

Atribut	r Hitung Tingkat Kepentingan	r Hitung Tingkat Kinerja	r Tabel	Uji Validitas
Keterampilan dan kemampuan karyawan	0,4064	0,2828	0,2441	Valid
Ketepatan waktu dalam melayani	0,5392	0,5310	0,2441	Valid
Kecepatan dalam proses penyajian	0,3811	0,4036	0,2441	Valid
Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung	0,7469	0,7187	0,2441	Valid
Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan	0,7914	0,6538	0,2441	Valid
Kesopanan kepada pelanggan	0,6258	0,4987	0,2441	Valid
Keramahan kepada pelanggan	0,6331	0,6115	0,2441	Valid
Kemudahan dalam berkomunikasi	0,3202	0,4977	0,2441	Valid
Kemudahan dalam merespon permintaan	0,3177	0,4593	0,2441	Valid

Kebersihan dan kerapian tempat	0,4384	0,4105	0,2441	Valid
Dekorasi tempat yang menarik	0,5195	0,6263	0,2441	Valid
Fasilitas pelengkapan yang tersedia	0,6331	0,7371	0,2441	Valid
Kerapihan penampilan pelayanan	0,4903	0,4938	0,2441	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Penelitian ini dilakukan dengan pengujian berjumlah 65 sampel responden dengan nilai tabel 0,2441. Pada Tabel 3 menjelaskan banyaknya sampel yang disebar dianggap memenuhi syarat atau valid apabila r tabel diatas 0,2441. R tabel didapatkan dari jumlah kuesioner yang digunakan untuk validasi sejumlah 65 (n=65) dengan taraf kepercayaan 5% (0,05). Berdasarkan hasil uji validitas yang digunakan pada 65 responden menyatakan keseluruhan atribut memenuhi syarat atau valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada 65 responden pengukuran awal menyatakan bahwa 13 atribut yang digunakan untuk pengujian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dinyatakan reliabel. Reliabel  $\leq 0,6$  adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan  $\geq 0,8$  adalah baik. Hasil uji yang diperoleh menyatakan bahwa nilai tingkat kepentingan sebesar 0,848 dan nilai tingkat kinerja sebesar 0,848. Hasil uji reliabilitas keseluruhan sampel responden dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas 65 Responden

Atribut	Nilai Tingkat Kepentingan	Nilai Tingkat Kinerja	Uji Reliabilitas
Keterampilan dan kemampuan karyawan	0,602	0,640	Reliabel
Ketepatan waktu dalam melayani	0,578	0,578	Reliabel
Kecepatan dalam melakukan proses penyajian	0,691	0,621	Reliabel
Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung	0,719	0,549	Reliabel

Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan	0,603	0,603	Reliabel
Kesopanan kepada pelanggan	0,624	0,622	Reliabel
Keramahan kepada pelanggan	0,453	0,616	Reliabel
Kemudahan berkomunikasi	0,549	0,723	Reliabel
Kemudahan dalam merespon permintaan	0,328	0,420	Reliabel
Kebersihan dan kerapian tempat	0,451	0,465	Reliabel
Dekorasi tempat yang menarik	0,366	0,438	Reliabel
Fasilitas pelengkapan yang tersedia	0,666	0,715	Reliabel
Kerapihan penampilan pelayanan	0,848	0,715	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2023

### IPA (Importance Performance Analysis)

#### Tingkat Kesesuaian Rata-rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Tabel 5 menunjukkan rata-rata tingkat kinerja sebesar 4,03 dan rata-rata tingkat kepentingan 3,95. Nilai rata-rata tersebut digunakan dalam menentukan diagram kartesius (*Importance Performance Analysis*) yang dibagi menjadi empat kuadran yang meliputi kuadran I prioritas utama, kuadran II pertahankan prestasi, kuadran III prioritas rendah serta kuadran IV berlebihan.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Atribut	Skor Kinerja (Yi)	Skor Kepentingan (Xi)	Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Rata-rata (Yi)	Rata-rata (Xi)
Keterampilan dan kemampuan karyawan	246	238	96.75	3,78	3,66
Ketepatan waktu dalam melayani	252	242	96.03	3,88	3,72
Kecepatan dalam melakukan proses penyajian	264	253	95.83	4,06	3,89
Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung	248	260	104.84	4,17	4,00
Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan	265	255	96.23	4,08	3,92

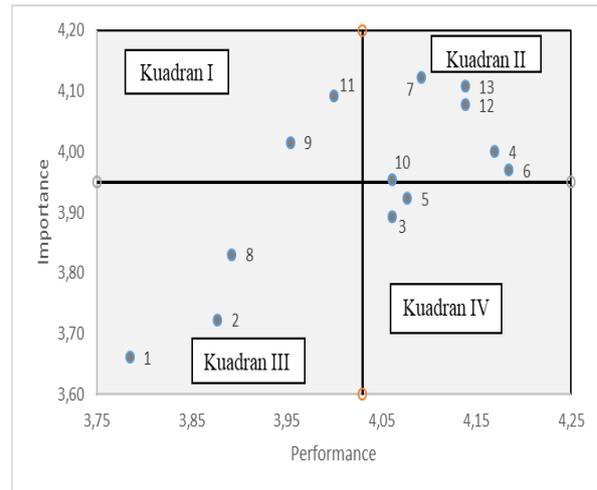
Kesopanan kepada pelanggan	272	258	94.85	4,18	3,97
Keramahan kepada pelanggan	266	268	100.75	4,09	4,12
Kemudahan berkomunikasi	253	249	98.42	3,89	3,83
Kemudahan dalam merespon permintaan	257	261	101.56	3,95	4,02
Kebersihan dan kerapian tempat	264	257	97.35	4,06	3,95
Dekorasi tempat yang menarik	260	266	102.31	4,00	4,09
Fasilitas perlengkapan yang tersedia	269	265	98.51	4,14	4,08
Kerapian penampilan pelayanan	269	267	99.26	4,14	4,11
<b>Rata-rata</b>			<b>98.67</b>	<b>4,03</b>	<b>3,95</b>

Sumber: Data Primer, 2023

Perhitungan Tingkat Kesesuaian (Tki) pada Tabel 5 diperoleh nilai tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 98.67% dengan memiliki rentang nilai yang berada pada kisaran antara 94.85% sampai dengan 104.84%. Tabel 5 menjelaskan hubungan kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja sangat baik dan sesuai, jika persentase 80-100% maka kesesuaian tersebut dapat dikatakan kinerja dari masing-masing atribut telah dapat memenuhi harapan para konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan kembali agar para konsumen tetap merasa nyaman. Persentase >100% dapat dikatakan kinerja atribut tersebut telah melebihi harapan konsumen yang datang.

### Pengkategorian Atribut Berdasarkan Analisis *Importance Performance Analysis*

Mengetahui atribut-atribut yang digunakan, hendaknya mengetahui terlebih dahulu atribut yang dipertahankan atau yang perlu ditingkatkan sehingga dapat digunakan dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian, dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x, y) dimana x merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 3. Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

Keterangan:

1. Keterampilan dan kemampuan karyawan
2. Ketepatan waktu dalam melayani
3. Kecepatan proses penyajian
4. Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung
5. Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan
6. Kesopanan kepada pelanggan
7. Keramahan kepada pelanggan
8. Kemudahan berkomunikasi
9. Kemudahan dalam merespon permintaan
10. Kebersihan dan kerapian tempat
11. Dekorasi tempat yang menarik
12. Fasilitas perlengkapan yang tersedia
13. Kerapian penampilan pelayanan

Setiap kuadran dijelaskan dengan interpretasi:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menggambarkan faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan konsumen, tetapi kinerja dari pihak produsen belum memberikan kepuasan terhadap yang diharapkan konsumen secara optimal. Dimensi inilah yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Atribut yang termasuk pada kuadran I, antara lain:

- a. Atribut kemudahan dalam merespon permintaan pada penelitian masuk

kategori kuadran I dengan tingkat kesesuaian 101.56%. Konsumen beranggapan atribut ini telah dapat memenuhi harapan konsumen, tapi masih perlu dilakukan perbaikan lagi, dan dekorasi tempat yang menarik.

- b. Atribut dekorasi tempat yang menarik secara umum memiliki tingkat kesesuaian 102.31%. Dari hasil penelitian, konsumen merasa atribut ini memenuhi harapan para konsumen yang berkunjung, tetapi masih perlu adanya perbaikan untuk dekorasi tempat.

## 2. Kudran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II merupakan kuadran yang paling diharapkan oleh konsumen Cafe Bifi Coffee, atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan harapan yang dirasakan dan sebagai faktor-faktor yang dianggap penting serta diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan kosumen sehingga cafe wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Gambar 3 menunjukkan bahwa terdapat enam atribut yang termasuk dalam kuadran II. Atribut-atribut tersebut adalah:

- a. Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung, aatribut ini berada pada tingkat kesesuain 104.84%. Bentuk kesigapan karyawan saat pelanggan berkunjung dengan memberikan daftar menu kepada pelanggan. Tanggung jawab sebagai karyawan dirasa memuaskan pelanggan. Pelayanan yang responsive atau yang tanggap, juga sangat dipengaruhi oleh sikap *front-line*. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan.
- b. Kesopanan kepada pelanggan, atribut ini berada pada tingkat kesesuian 94.85%. Hal ini diakibatkan pelanggan yang datang berkunjung langsung mengucapkan “selamat datang” kepada konsumen yang mana hal ini membuat pelanggan merasa nyaman dengan kesopanan dari para karyawan dalam memperhatikan pelanggan yang datang.

Sehingga cafe harus bisa terus menjaga kesopanan dari para karyawan dalam memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.

- c. Keramahan kepada pelanggan, atribut ini berada pada tingkat kesesuaian 100.75%. Konsumen merasa keramahan yang diberikan oleh karyawan sangat baik hal ini diakibatkan karena karyawan atau dalam hal ini barista selalu berkomunikasi dengan konsumen serta selalau memberikan ekspresi ceria/senyum kepada konsumen yang datang berkunjung.
- d. Kebersihan dan kerapian tempat, secara umum memiliki tingkat kesesuaian 97.35%. Kebersihan dan kerapian tempat yang ada di Cafe Bifi Coffee dirasa baik dengan memberikan penataan ruangan dan kebersihannya. Konsumen merasa puas dengan kebersihan yang terjaga demi memberikan nuansa yang baik, karena cafe ini menawarkan nuansa atau tempat yang memiliki tatanan tempat *outdoor* sehingga kebersihan harus terjaga dengan baik.
- e. Fasilitas pelengkapan yang tersedia, secara umum tingkat kesesuain pada atribut ini adalah 98.51%. Ketersediaan fasilitas pelengkap di Cafe Bifi Coffee sudah baik yakni memiliki tempat parkir, ketersediaan toilet dan tempat nongkrong yang luas.
- f. Kerapian penampilan pelayanan, atribut ini secara umum memiliki tingkat kesesuain 99.26%. Kerapian penampilan karyawan bagi konsumen sudah baik, hal ini diakibatkan barista sampai dengan pramusaji selalu terlihat menarik dengan gaya casual anak muda.

## 3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III terhadap faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan

perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Gambar 3 menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang termasuk dalam kuadran III antara lain:

- a. Keterampilan dan kemampuan karyawan memiliki tingkat kesesuaian sebesar 96.75%. Karyawan Cafe Bifi Coffee memiliki kemampuan dan keterampilan yang ahli dalam melayani pelanggan, dapat dilihat dari keahlian karyawan dalam hal ini barista dalam menyajikan menu yang diminta oleh konsumen seperti membuat kopi yang harus memiliki kemampuan khusus serta pengalaman dibidangnya, karena dalam membuat minuman seperti kopi/non kopi proses pembuatannya diperlukan keterampilan khusus dalam mengetahui alat pembuatan kopi/non kopi. Sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih, karena konsumen sudah merasa puas dengan keterampilan serta kemampuan karyawan.
  - b. Ketepatan waktu dalam melayani memiliki tingkat kesesuaian sebesar 96.03%. Hal ini dapat dilihat ketika konsumen meminta tambahan menu dengan sigap karyawan segera melayani. Dari pelayanan karyawan Cafe Bifi Coffee tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
  - c. Kemudahan berkomunikasi memiliki tingkat kesesuaian sebesar 98.42%. Pada faktor ini menurut responden, kemudahan berkomunikasi sudah baik, contohnya pelayanan menanyakan menu yang menjadi rekomendasi di Cafe Bifi Coffee yang langsung ditanggapi oleh karyawan atau barista, sehingga konsumen merasa terbantu untuk memilih menu ketika konsumen merasa kebingungan.
4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga

perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya di faktor lain yang memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi. Gambar 3 menunjukkan terdapat dua atribut antara lain:

- a. Kecepatan proses penyajian, atribut ini memiliki tingkat kesesuaian sebesar 95.83%. Dalam hal proses penyajian konsumen sudah merasa puas dengan kecepatan karyawan dalam menyajikan permintaan yang dilakukan oleh konsumen, hal ini dikarenakan karyawan yang sudah mahir dibidangnya mampu menyiapkan minuman/makanan dengan cepat untuk diberikan kepada pelanggan.
- b. Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan, atribut ini memiliki tingkat kesesuaian sebesar 96.23%. Konsumen merasa puas dengan kesigapan dan kesediaan karyawan dalam melayani konsumen yang datang, hal ini diakibatkan karena karyawan selalu siap dalam melayani konsumen pada saat berkunjung, seperti menanyakan toilet dengan langsung mengarahkan lokasi toilet tersebut.

### Tingkat Kepuasan Berdasarkan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Pengukuran lanjutan terhadap tingkat kepuasan konsumen pengunjung secara keseluruhan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Pengukuran terhadap indeks kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui besarnya indeks kepuasan konsumen yang dihasilkan oleh suatu produk. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dipenuhi oleh pihak Cafe Bifi Coffee.

Tabel 6. Perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Indeks*)

Nama Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Weighted Factor	Rata-rata Tingkat Kinerja	Weighted Score
Keterampilan dan kemampuan karyawan	3,66	7,13	3,78	26,94
Ketepatan waktu dalam melayani	3,72	7,24	3,88	28,10
Kecepatan dalam proses penyajian	3,89	7,57	4,06	30,75

Kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung	4,00	7,79	4,17	32,48
Kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan	3,92	7,63	4,08	31,14
Kesopanan kepada pelanggan	3,97	7,73	4,18	32,31
Keramahan kepada pelanggan	4,12	8,02	4,09	32,81
Kemudahan berkomunikasi	3,83	7,46	3,89	29,01
Kemudahan dalam merespon permintaan	4,02	7,83	3,95	30,92
Kebersihan dan kerapihan tempat	3,95	7,69	4,06	31,22
Dekorasi tempat yang menarik	4,09	7,96	4,00	31,85
Fasilitas perlengkapan yang tersedia	4,08	7,94	4,14	32,89
Kerapihan penampilan pelayanan	4,11	8,00	4,14	33,13
<b>Jumlah Total</b>	<b>51,36</b>	<b>100,00</b>	<b>52,42</b>	<b>403,55</b>
<b>CSI = (Weighted Score Total : 5) x 100% = 80,71</b>				

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 6 menunjukkan hasil hitung *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) tingkat kepuasan konsumen Cafe Bifi Coffee adalah sebesar 80.71%. Indeks kepuasan tersebut berada pada rentang 0.66%-0.80% yang berarti secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan Cafe Bifi Coffee. Meskipun nilai CSI telah menunjukkan kriteria puas, sebaiknya pihak Cafe Bifi Coffee terus meningkatkan kinerja-kinerja yang masih kurang baik sehingga konsumen akan merasa puas 100% terhadap Cafe Bifi Coffee.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan penelitian bahwa atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah kuadran I (kemudahan dalam merespon permintaan dan dekorasi tempat yang menarik). Pada atribut berikutnya yang termasuk dalam kuadran II (kesigapan karyawan pada saat pelanggan berkunjung, kesopanan kepada pelanggan, keramahan

kepada pelanggan, kebersihan dan kerapihan tempat, fasilitas perlengkapan yang tersedia dan kerapian penampilan pelayanan). Atribut yang masuk kedalam kuadran III (keterampilan dan kemampuan karyawan, ketepatan waktu dalam melayani dan kemudahan berkomunikasi). Atribut kuadran IV (kecepatan proses penyajian dan kesigapan, serta kesediaan dalam melayani pelanggan). Berdasarkan perhitungan CSI nilai tingkat kepuasan konsumen pada Cafe Bifi Coffee Kelurahan Pondang, Kecamatan Amurang Timur, Kabupaten Minahasa Selatan mencapai nilai 80.71%. Nilai tersebut berada pada rentang 0.66%-0.80%, dengan demikian secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap Cafe Bifi Coffee.

### Saran

Cafe Bifi Coffee diharapkan memperbaiki dan meningkatkan kemudahan dalam merespon serta dekorasi tempat yang baik sehingga konsumen merasa sangat puas dengan yang ditawarkan pihak cafe. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan responden yang digunakan adalah responden yang mengkonsumsi produk dan menikmati pelayanan Cafe Bifi Coffee yang berkunjung secara intens, sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih jelas dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. BP Undip. Semarang.
- Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kedua*. Cetakan ke sebelas. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Malhotra, N.K. 2004. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta

Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Bineka Cipta. Jakarta.

Tjiptono, F. 2011. *Service, Quality & Satisfactions*. Andi. Yogyakarta.

Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia. Jakarta.