Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI CAFE BUBBLE TIE BANJARBARU

Serving Quality Analysis on Bubble Tie Café in Banjarbaru

Fauzan Maulidian Noor [*], Kamiliah Wilda dan Sadik Ikhsan

[*]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci
Cafe; Kualitas Pelayanan; Kepentingan; Kinerja

Korespondensi
Main author:
fauzanmldn11@gmail.com

Corresponding author:
Kamiliah.wilda@ulm.ac.id
sikhsan@ulm.ac.id

Diterima: 30 Maret 2024,
Disetujui: 23 April 2024,
Diterbitkan on-line: 30 Juni 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen/pelanggan terhadap kinerja Cafe Bubble Tie dan untuk mengetahui indikator pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja yang diterima oleh pelanggan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Pengunjung yang datang akan diminta untuk mengisi kuisioner melalui Google Form atau secara langsung. Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis (IPA)*. Pada penelitian ini, variabel yang akan diukur merupakan variabel bagian dari kualitas pelayanan. Terdapat 6 dimensi yang akan diteliti, mulai dari dimensi suasana tempat, penampilan fisik barista/karyawan, kecakapan, pelayanan, kepastian dan empati. Hasil pada penelitian ini menunjukkan Indeks Kepuasan Pelanggan adalah 3,83. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan Cafe Bubble Tie dinilai oleh pelanggan Cafe Bubble Tie termasuk ke dalam kategori Puas. Pada diagram kartesius menunjukkan bahwa terdapat 10 indikator termasuk dalam kuadran A (*Keep Up The Good Work*) yaitu, D1.1, D1.2, D1.3, D2.7, D2.8, D3.10, D4.14, D5.19, D6.20, dan D6.21. terdapat 4 indikator yang termasuk Kuadran B (*Concentrate Here*) yaitu D1.4, D4.15, D5.17, dan D5.18. 5 indikator termasuk dalam kuadran C (*Low Priority*) yaitu, D1.5, D1.6, D2.9, D4.13, dan D4.16. Serta 2 indikator termasuk dalam kuadran D (*Possibble Overkill*) yaitu, D3.11 dan D3.12. Pada uji Wilcoxon menunjukkan bahwa terdapat 16 dimensi indikator memiliki perbedaan terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan Cafe Bubble Tie, sedangkan 5 dimensi indikator tidak memiliki perbedaan.

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang banyak anak muda ataupun mahasiswa yang berkunjung ke sebuah cafe, dari yang ingin mengerjakan tugas, bersantai bersama teman-teman, ataupun hanya sekedar duduk dan menikmati minuman yang dipesan. Seiring berjalannya waktu, cafe di Banjarbaru pun sudah mulai banyak bermunculan.

Hal ini membuat pelaku usaha cafe harus bisa memberikan pelayanan dan suasana tempat yang baik bagi pelanggan yang datang agar tidak kehilangan konsumen dan tetap bisa bersaing dengan cafe yang lain. Cafe merupakan suatu tempat yang menawarkan dan menyuguhkan suasana santai. Selain itu, cafe juga merupakan jenis restoran yang biasanya menawarkan tempat duduk di dalam ataupun di luar ruangan (Fawzy et al., 2023)

Banyak para pengusaha cafe yang memprioritaskan kepuasan pelanggan, hal ini merupakan strategi pemilik cafe untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pelanggan sehingga akan membuat pelanggan pun menjadi loyal dan cafe pun dapat menambah pendapatannya. Pelayanan yang baik memiliki peran yang besar dalam menunjukkan kualitas suatu cafe. Kualitas pelayanan adalah faktor utama yang harus diperhatikan oleh para pengusaha, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan persepsi/kesan (kinerja atau hasil) suatu produk dengan harapannya (Ningrum, 2021)

Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau layanan yang dipilih di masa mendatang, meskipun keadaan atau upaya pemasaran dapat membujuk pelanggan untuk beralih (Fawzy et al., 2023). Lalu menurut Hasan (2008) bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada pelanggan yang tidak hanya membeli kembali produk dan jasa tetapi juga mengajak orang lain untuk membelinya.

Bubble tie adalah yang menyajikan berbagai macam makanan, minuman dan snack. Untuk menu sendiri Cafe Bubble Tie memiliki ciri khas pada minuman milkshake dan juga kopi, selain itu Bubble Tie juga dikenal dengan topping minumannya yang beragam yang terdiri dari Bubble, Boba, Jelly, dll. Cafe ini memiliki fasilitas yang lengkap seperti tempat duduk yang nyaman, Wifi, area smoking, Permainan kartu dan papan, musik, dan lain-lain. Hal ini lah yang menjadi perbedaan Cafe Bubble Tie dengan outlet-outlet yang lain yang hanya sekedar menjual minuman secara *take away* dan tidak menyediakan tempat untuk *dine in*.

Tujuan dan Kegunaan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen/pelanggan pelayanan telah diberikan oleh Cafe Bubble Tie kepada pelanggan. (2) Untuk mengetahui dimensi pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan yang diterima oleh pelanggan. (3) Menguji beda antara kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan.

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut; (1) Pemilik usaha Cafe Bubble Tie, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk membuat kebijakan ataupun pengembangan kualitas pelayanan tempat di Cafe Bubble Tie. (2) Bagi praktisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi menambah pemahaman mengenai manfaat dari keputusan pembelian dalam dunia bisnis untuk diterapkan di masa depan nanti. (3) Bagi Pembaca, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi dalam menyusun penelitian selanjutnya.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cafe Bubble Tie Banjarbaru di Jalan Panglima Batur, seberang Rumah Sakit Umum Mawar, Kelurahan Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan bulan November tahun 2023. Dimulai dari pengumpulan data hingga pembuatan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden dan data yang telah diolah peneliti.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan teknik *accidental sampling* dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Pengunjung yang datang akan diminta untuk mengisi kuesioner melalui Google Form atau secara langsung. Pengunjung yang akan dijadikan sampel merupakan pelanggan yang berusia lebih dari 17 tahun, pernah berkunjung dan mengonsumsi makanan dan minuman di Cafe Bubble Tie lebih dari 1 kali dan bersedia mengisi kuisioner.

Metode Analisis Data

Uji Validitas. Uji Validitas untuk data yang dihasilkan dari skala likert menggunakan non parametrik, dimana pada data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan skala likert diasumsikan berskala ordinal (Algifari, 2016). Untuk uji validitas kuesioner dalam penelitian ini akan digunakan teknik hitungan koefisien korelasi Pearson (r) product-moment. Analisis ini dilakukan menggunakan software SPSS 25 for windows. Adapun kriteria pengujiannya adalah jika r hitung > r tabel maka item-item pertanyaan dinyatakan valid dan berlaku sebaliknya.

Uji Reliabilitas. Pada uji ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's Alpha. Data penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha minimal 0,6 (Algifari, 2016).

Tingkat Kepentingan dan Kinerja Terhadap Pelayanan

Pada penelitian ini, variabel yang akan diukur merupakan variabel bagian dari kualitas pelayanan. Terdapat 6 dimensi yang akan diteliti, mulai dari dimensi suasana tempat, penampilan fisik barista/karyawan, kecakapan, pelayanan, kepastian dan empati.

Tabel 1. Indikator kualitas pelayanan

Dimensi	No	Indikator
Suasana Tempat	1	Kenyamanan tempat (AC, Wifi, toilet, serta Smoking area)
	2	Kebersihan tempat
	3	Kerapian tempat
	4	Tersedianya lapangan parkir
	5	Musik yang nyaman didengar
	6	Tersedianya ruangan rapat /meeting room
Penampilan Fisik Barista/ Karyawan	7	Kebersihan barista/karyawan
	8	Kerapian berpakaian barista/karyawan
	9	Pakaian barista/karyawan yang memiliki ciri khas
Kecakapan	10	Ketepatan dalam menyajikan menu yang dipesan
	11	Kecepatan menyajikan pesanan
	12	Pembersihan ruangan
Pelayanan	13	Penyambutan pelanggan
	14	Pelayanan pelanggan
	15	Penawaran menu yang tersedia
	16	Adanya sistem pembayaran non tunai
Kepastian	17	Kepastian ketersediaan menu
	18	Kepastian tidak ada biaya tambahan dalam pelayanan
	19	Adanya jaminan keamanan pada saat di cafe
Empati	20	Karyawan selalu membantu jika ada pelanggan yang meminta pertolongan
	21	Karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Untuk menjawab tujuan pada nomor 1, jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden nanti akan diukur atau dihitung menggunakan skala likert dengan 5 kategori kepentingan untuk menghitung tingkat kepentingan dan 5 kategori kepuasan untuk kinerja yang telah dilakukan dalam pelayanan terhadap konsumen. Tingkat kepentingan adalah kualitas pelayanan yang dianggap penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja adalah pelayanan yang telah diberikan oleh Cafe Bubble Tie kepada pelanggan yang telah berkunjung.

Tabel 2. Skala Likert pengukuran tingkat kepentingan pelayanan

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Penting	5
2.	Penting	4
3.	Cukup Penting	3
4.	Tidak Penting	2
5.	Sangat Tidak Penting	1

Sumber: Algifari (2016)

Tabel 3. Skala Likert pengukuran tingkat kinerja pelayanan

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Puas	5
2.	Puas	4
3.	Cukup Puas	3
4.	Tidak Puas	2
5.	Sangat Tidak Puas	1

Sumber: Algifari (2016)

Setelah rata-rata nilai kepentingan dan kinerja ditentukan, selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan kriteria yang ditentukan pada tabel interval sebagai berikut:

Tabel 4. Rentang skala (range)

Nilai Interval IKP	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)
1,00-1,80	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting
1,81-2,60	Tidak Puas	Tidak Penting
2,61-3,40	Cukup Puas	Cukup Penting
3,41-4,20	Puas	Penting
4,21-5,00	Sangat Puas	Sangat Penting

Sumber: Algifari (2016)

Indeks Kepuasan Konsumen

Pertama, untuk mengukur tingkat kinerja pelayanan pada cafe Bubble Tie digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\overline{X} = \frac{\sum xi}{n} \quad \text{……..…….. (1)}$$

dengan: $\overline{X}$ Skor rata-rata tingkat kinerja
xi Skor tingkat kinerja
n Jumlah responden

kemudian untuk menghitung tingkat kepentingan pelayanan pada Cafe Bubble Tie digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\overline{Y} = \frac{\sum yi}{n} \quad \text{……..…….. (2)}$$

dengan: $\overline{Y}$ Skor rata-rata tingkat kepentingan
yi Skor tingkat kepentingan
n Jumlah responden

Untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah nomor 1, yaitu indeks kepuasan konsumen digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$IKP_{Total} = \frac{\sum IKP Dimensi}{\text{Banyaknya Dimensi}} \text{ ……..... (3)}$$

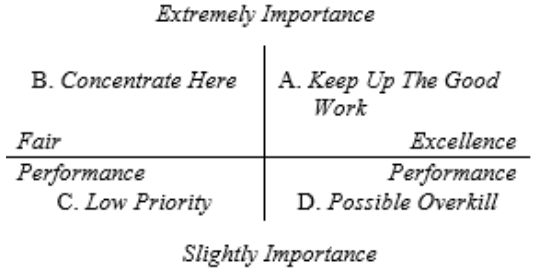
dengan: IKPIndeks kepuasan pelanggan
Sumber: Algifari (2016)

Importance Performance Analysis

Kemudian untuk menjawab tujuan nomor 2 akan digunakan perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Tujuan utama IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah untuk mempermudah identifikasi atribut berdasarkan kepentingan relatifnya, terlepas dari apakah suatu produk atau layanan berkinerja buruk atau tinggi. Untuk tujuan tersebut mengartikan kinerja suatu produk atau jasa dapat dilihat dari 4 kuadran dalam diagram Kartesius, yaitu kuadran A, B, C, dan D.

Setiap kuadran mewakili kinerja produk atau layanan yang dievaluasi. Kuadran A menunjukkan atribut-atribut yang dihargai oleh pelanggan dan perusahaan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Kuadran B menunjukkan bahwa pelanggan menganggap atribut-atribut ini penting dan oleh karena itu mempunyai harapan yang tinggi terhadap atribut-atribut tersebut. Namun, perusahaan tidak memberikan layanan yang bagus untuk atribut ini. Kuadran C menunjukkan atribut-atribut yang dianggap tidak penting oleh pelanggan dan perusahaan memberikan pelayanan yang buruk kepada pelanggan. Kuadran D menunjukkan area di mana atribut kurang penting bagi pelanggan, namun perusahaan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Setelah mendapatkan nilai skor rata-rata kepentingan dan kinerja pada setiap indikator, kemudian masing-masing indikator tersebut dimasukan kedalam diagram Kartesius yang telah dikembangkan oleh Martilla dan James (2017). Pembuatan derajat kartesius akan menggunakan program statistik SPSS 25 *for Windows*. Berikut adalah bentuk dari diagram kartesius yang dikembangkan oleh Martilla dan James (1977).



Gambar 1. Diagram Kartesius dimensi kualitas pelayanan
Sumber: Algifari (2016)

Uji Wilcoxon

Uji statistik non parametrik terhadap beda dua data berpasangan menggunakan uji Wilcoxon Signed Rank. Hipotesis nol (H_0) menunjukkan tidak terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis nol (H0) adalah jika hasil Z hitung absolut > nilai Z tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan dan sebaliknya jika hasil Z hitung absolut < nilai Z tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima.

Pada penelitian ini, untuk menegetahui nilai Z hitung akan menggunakan program statistik SPSS. Sedangkan untuk mengetahui nilai Z tabel diambil dari tabel distribusi normal dengan taraf signifikansi 5%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cafe Bubble Tie menyajikan berbagai macam makanan, minuman dan snack. Untuk menu sendiri Cafe Bubble Tie memiliki ciri khas pada

minuman milkshake dan juga kopi, selain itu Bubble Tie juga dikenal dengan topping minumannya yang beragam yang terdiri dari Bubble, Boba, Jelly, dll. Café Bubble Tie sebelumnya bernama Cafe Miltie Bubble, nama tersebut diambil dari kata miltie yang berasal dari gabungan kata milk and tea karena menu yang disajikan mayoritas adalah minuman yang berbahan susu dan teh. Kemudian kata bubble menunjukkan ciri khas produk yaitu berupa minuman yang memakai topping bubble, boba dan jelly. Kemudian seiring berjalannya waktu akhirnya pemilik Cafe memutuskan untuk mengubah nama cafenya menjadi Bubble Tie. Nama tersebut dipilih karena agar pelanggan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya tetap mengenali ciri khas cafe tersebut yaitu minuman yang memakai topping bubble, boba dan jelly.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data primer yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbentuk *GForm* dan secara langsung kepada pelanggan Cafe Bubble Tie. Diperoleh data karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian ini pada Tabel 5 sampai Tabel 7.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	15	43
Perempuan	20	57
Total	**35**	**100**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Dari 35 orang responden yang menjadi subjek penelitian, diantaranya berjenis kelamin laki-laki memiliki persentase 43% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 %. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat penelitian dilakukan bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki yang mengunjungi Cafe Bubble Tie.

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
17-18	4	11
19-22	29	83
≥23	2	6
Total	**35**	**100**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan umur, dari 35 responden dengan rentang umut 19-22 tahun menjadi rentang umur responden yang paling banyak mengunjungi Cafe Bubble Tie yaitu sebanyak 83%, kemudian diikuti oleh rentang umur 15-18 tahun sebanyak 11% dan rentang umur ≥23 tahun sebanyak 6%.

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan profesi

Profesi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Barista	1	3
Mahasiswa	30	85
Pelajar	3	9
Selebgram	1	3
Total	**35**	**100**

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2023

Kebanyakan jenis profesi responden ataupun pelanggan Cafe Bubble Tie adalah mahasiswa sebanyak 85%. Hal ini dikarenakan Cafe Bubble Tie yang sesuai dengan selera mahasiswa dari segi tempat yang nyaman untuk mengerjakan tugas ataupun hanya sekedar mengobrol dengan teman dan juga harga yang masih cukup terjangkau untuk para mahasiswa. Selain itu juga para pelajar pun juga mengunjungi Cafe Bubble Tie sebanyak 9%. Kemudian jenis profesi lainnya yang menjadi pelanggan Cafe Bubble Tie yang menjadi objek penelitian ini adalah seorang barista dan seorang selebgram dengan masing-masing 3%.

Uji Validitas

Uji validitas ini menggunakan 35 sampel. Data perhitungan uji validitas ini diolah menggunakan SPSS 25 *for Windows.* (df = n-2 maka df sampel = 33, r tabel 0,3338). Dari perbandingan hasil perhitungan r hitung yang lebih besar daripada r tabel dapat dinyatakan bahwa setiap pertanyaan pada kuesioner dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dari data kuesioner yang didapat menunjukkan nilai Kinerja (X) dan Kepentingan (Y) sebesar 0,841 dan 0,951 yang artinya nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 sehingga dapat dikatakan instrumen kuesioner pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

Tingkat Kepentingan dan Kinerja Terhadap Pelayanan

Tingkat kepentingan adalah suatu pelayanan yang dianggap penting bagi konsumen terhadap pelayanan yang akan diberikan oleh Cafe Bubble

Tie sebelum konsumen berkunjung ke Cafe Bubble Tie dan tingkat kinerja adalah pelayanan yang telah diberikan setelah konsumen berkunjung dan menikmati makanan serta minuman di Cafe Bubble Tie.

Berikut adalah hasil dari penelitian yang menunjukkan tingkat kepentingan dan kinerja di Cafe Bubble Tie: (merujuk pada tabel 1)

Tabel 8. Tingkat skor kepentingan

Dimensi	No.	Skor	Tingkat
Suasana Tempat	1	4,74	Sangat Penting
	2	4,74	Sangat Penting
	3	4,63	Sangat Penting
	4	4,54	Sangat Penting
	5	3,91	Penting
	6	3,6	Penting
Rata-rata		4,36	Sangat Penting
Penampilan Fisik Barista/ Karyawan	7	4,71	Sangat Penting
	8	4,49	Sangat Penting
	9	3,29	Cukup Penting
Rata-rata		4,16	Penting
Kecakapan	10	4,74	Sangat Penting
	11	4,29	Sangat Penting
	12	3,74	Penting
Rata-rata		4,25	Sangat Penting
Pelayanan	13	3,8	Penting
	14	4,57	Sangat Penting
	15	4,51	Sangat Penting
	16	4,29	Sangat Penting
Rata-rata		4,29	Sangat Penting
Kepastian	17	4,4	Sangat Penting
	18	4,46	Sangat Penting
	19	4,54	Sangat Penting
Rata-rata		4,46	Sangat Penting
Empati	20	4,63	Sangat Penting
	21	4,69	Sangat Penting
Rata-rata		4,66	Sangat Penting

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Tabel 9. Tingkat skor kinerja

Dimensi	No.	Skor	Tingkat
Suasana Tempat	1	4,03	Puas
	2	3,94	Puas
	3	4,03	Puas
	4	3,66	Puas
	5	3,69	Puas
	6	3,29	Cukup Puas
Rata-rata		3,77	Puas
Penampilan Fisik Barista/ Karyawan	7	3,94	Puas
	8	3,91	Puas
	9	3,49	Puas
Rata-rata		3,78	Puas
Kecakapan	10	4,2	Puas
	11	4	Puas
	12	3,86	Puas
Rata-rata		4,02	Puas
Pelayanan	13	3,8	Puas
	14	3,94	Puas
	15	3,66	Puas
	16	3,26	Cukup Puas
Rata-rata		3,66	Puas
Kepastian	17	3,51	Puas
	18	3,69	Puas
	19	3,83	Puas
Rata-rata		3,67	Puas
Empati	20	4,03	Puas
	21	4,09	Puas
Rata-rata		4,06	Puas

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Nilai kepentingan dan kinerja di Cafe Bubble Tie menunjukkan nilai kepentingan dianggap oleh pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima setelah menerima pelayanan di Cafe Bubble Tie.

Dari hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata dimensi tingkat kepentingan dan kinerja adalah sebagai berikut:

1. Suasana tempat, kepentingan (4,36) dan kinerja (3,77)
2. Penampilan fisik barista/karyawan, kepentingan (4,16) dan kinerja (3,78)
3. Kecakapan, kepentingan (4,25) dan kinerja (4,02)
4. Pelayanan, kepentingan (4,29) dan kinerja (3,66)
5. Kepastian, kepentingan (4,46) dan kinerja (3,67)
6. Empati, kepentingan (4,66) dan kinerja (4,06)

Dimensi empati memiliki nilai skor rata-rata tingkat kepentingan tertinggi dengan nilai 4,66 dan nilai skor rata-rata tingkat kinerja tertinggi dengan nilai 4,06.

Indeks Kepuasan Konsumen

Menghitung nilai indeks kepuasan konsumen bertujuan untuk mengetahui tingkat atau nilai kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Cafe Bubble Tie kepada pelanggan yang berkunjung. Untuk menghitung indeks kepuasan konsumen akan menggunakan perhitungan sebagai berikut.

$$IKP_{Total} = \frac{\sum IKP Dimensi}{Banyaknya\ Dimensi} \quad \text{.....(4)}$$

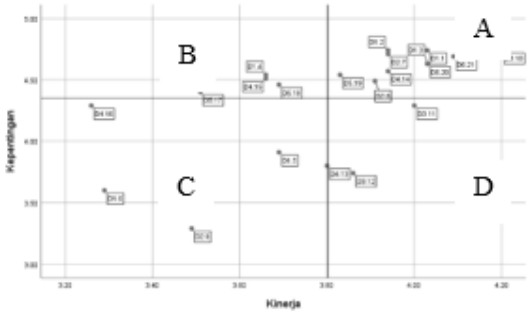
$$IKP_{Total} = \frac{22,96}{6} = 3,83 \quad \text{.....(5)}$$

Hasil tersebut menunjukkan Indeks Kepuasan Pelanggan adalah 3,83. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima oleh

pelanggan Cafe Bubble Tie dinilai oleh pelanggan Cafe Bubble Tie termasuk ke dalam kategori Puas.

Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis bertujuan untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang didasarkan pada kepentingan masing-masing apakah pelayanan yang diberikan Cafe Bubble Tie berkinerja berlebih atau buruk. Hal ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Cafe mengenai indikator apa saja yang perlu ditingkatkan dan indikator yang perlu dipertahankan. Hasil pada *Importance Performance Analysis* ini akan dimasukan ke dalam diagram kartesius yang mana masing-masing kuadran memiliki strategi yang berbeda terhadap indikator di dalamnya, penjelasannya sebagai berikut:



Keterangan:
Di.j:
D = Dimensi,
i = Nomor dimensi,
j = Nomor indikator

Gambar 2. Kuadran kepentingan dan kinerja
Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Kuadran A Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Mempertahankan kinerja adalah strategi yang diperlukan pada kuadran ini. Pelanggan sudah menganggap antara tingkat kepentingan dan kinerja yang diberikan telah sesuai. Sehingga sebaiknya dipertahankan kinerjanya karena memiliki dampak yang besar kepada pelanggan. Dengan strategi tersebut dapat membuat pelanggan yang berkunjung menjadi loyal dan kembali berkunjung ke cafe. Berikut indikator yang dikategorikan dalam kuadran A:

D1.1 Kenyamanan tempat (AC, Wifi, toilet serta *smoking area*)

D1.2 Kebersihan tempat

D1.3 Kerapian tempat

D2.7 Kebersihan barista/karyawan

D2.8 Kerapian berpakaian

D3.10 Ketepatan dalam menyajikan menu yang dipesan

D4.14 Pelayanan pelanggan

D5.19 Adanya jaminan keamanan pada saat di Cafe

D6.20 Karyawan selalu membantu jika ada pelanggan yang meminta pertolongan

D6.21 Karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan

Keterangan: Angka menunjukkan nomor indikator sesuai dengan tabel 1.

Kuadran B Tingkatkan Prestasi (*Concentrate Here*)

Meskipun indikator-indikator pada kuadran ini dianggap penting oleh konsumen, namun strategi peningkatan kinerja sebaiknya digunakan pada kuadran ini karena kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan kepentingan konsumen. Jika indikator tersebut dibiarkan saja maka akan banyak pelanggan yang merasa kurang puas atau harapannya tidak terpenuhi selama mendapatkan pelayanan di cafe. Berikut beberapa indikator yang masuk dalam Kuadran B:

D1.4 Tersedianya lapangan parkir

D4.15 Penawaran menu yang tersedia

D5.17 Kepastian ketersediaan menu

D5.18 Kepastian tidak ada biaya tambahan dalam pelayanan

Kuadran C Prioritas Rendah (*Low Priority)*

Indikator-indikator pada kuadran ini tergolong dalam prioritas rendah, artinya memiliki dampak yang kecil terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat ditinjau kembali. Walaupun memiliki dampak yang kecil, namun bisa menjadi penunjang kenyamanan dan kepuasan pelanggan jika ditinjau lebih lanjut dengan baik. Kuadran C memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

D1.5 Musik yang nyaman didengar

D1.6 Tersedianya ruangan rapat/*meeting room*

D2.9 Pakaian yang memiliki ciri khas

D4.13 Penyambutan pelanggan

D4.16 Adanya sistem pembayaran non tunai

Kuadran D Berlebihan (*Possible Overkill*)

Pada kuadran ini indikatornya tergolong berlebihan. Kuadran ini memberikan kinerja berlebih dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Agar lebih ekonomis, sebaiknya strategi yang digunakan pada kuadran ini dapat digunakan secara lebih optimal. Berikut beberapa indikator yang dikategorikan dalam kuadran D:

D3.11 Kecepatan menyajikan pesanan

D3.12 Pembersihan ruangan

Uji Wilcoxon Signed Rank

Dimensi Suasana Tempat

Tabel 12. Uji Wilcoxon dimensi suasana tempat

Test Statistics[a]

	Y1 - X1	Y2 - X2	Y3 - X3	Y4 - X4	Y5 - X5	Y6 - X6
Z	-3.684[b]	-3.779[b]	-3.347[b]	-4.011[b]	-1.198[b]	-1.630[b]

Keterangan:
X = Kepentingan
Y = Kinerja
i = Indikator (merujuk pada tabel 3)
Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi suasana tempat menunjukkan bahwa indikator 1, 2, 3, dan 4 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (3,684), (3,779), (3,347) dan (4,011). Dengan nilai Z tabel sebesar (1,96). Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai absolut Z hitung > nilai Z tabel yang berarti menolak H_0. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pada indikator 1, 2, 3, dan 4 dinyatakan bahwa ada perbedaan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan Cafe Bubble Tie. Sedangkan untuk indikator 4 dan 5 yang memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (1,198) dan (1,630) yang menunjukkan nilai absolut Z hitung < nilai Z tabel, yang berarti H_0 diterima yang kemudian dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan.

Dimensi Penampilan Fisik Barista/Karyawan

Tabel 13. Uji Wilcoxon dimensi penampilan fisik barista/karyawan

Test Statistics[a]

	Y7 - X7	Y8 - X8	Y9 - X9
Z	-4.208[b]	-3.024[b]	-1.156[c]

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi penampilan fisik barista/karyawan menunjukkan bahwa indikator 7 dan 8 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (4,208) dan (3,024). nilai Z tabel adalah 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa nilai absolut Z hitung lebih besar daripada nilai Z tabel yang berarti menolak H_0. Sedangkan untuk indikator 9 yang memperoleh nilai absolut Z hitung sebesar (1,156) yang menunjukkan nilai absolut Z hitung lebih kecil daripada nilai Z tabel yang berarti menerima H_0.

Dimensi Kecakapan

Tabel 14. Uji Wilcoxon dimensi kecakapan

Test Statistics[a]

	Y10 - X10	Y11 - X11	Y12 - X12
Z	-3.755[b]	-1.751[b]	-4.204[b]

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi kecakapan menunjukkan bahwa indikator 10 dan 12 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (3,755) dan (4,204). Dengan nilai Z tabel sebesar (1,96). Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai absolut Z hitung > nilai Z tabel yang berarti menolak H_0. Sedangkan untuk indikator 11 yang memperoleh nilai absolut Z hitung sebesar (1,751) yang menunjukkan nilai absolut Z hitung < nilai Z tabel yang berarti menerima H_0.

Dimensi Pelayanan

Tabel 15. Uji Wilcoxon dimensi pelayanan

Test Statistics[a]

	Y13 - X13	Y14 - X14	Y15 - X15	Y16 - X16
Z	-.221[b]	-3.445[c]	-3.756[c]	-3.351[c]

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi pelayanan menunjukkan bahwa indikator 14, 15, dan 16 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (3,445), (3,756) dan (3,351). Dengan nilai Z tabel sebesar (1,96). Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai absolut Z hitung > nilai Z tabel yang berarti menolak H_0. Sedangkan untuk indikator 13 yang memperoleh nilai absolut Z hitung sebesar (0,221) yang menunjukkan nilai absolut Z < nilai Z tabel yang berarti menerima H_0.

Dimensi Kepastian

Tabel 16. Uji Wilcoxon dimensi kepastian

Test Statistics[a]

	Y17 - X17	Y18 - X18	Y19 - X19
Z	-4.004[b]	-3.792[b]	-3.491[b]

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi kepastian menunjukan bahwa indikator 17, 18, dan 19 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (4,004), (3,792) dan (3,491). Dengan nilai Z tabel sebesar (1,96). Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai absolut Z hitung > nilai Z tabel yang berarti menolak H_0.

Dimensi Empati

Tabel 17. Uji Wilcoxon dimensi empati

Test Statistics[a]

	Y20 - X20	Y21 - X21
Z	-3.463[b]	-3.622[b]

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024

Hasil perhitungan pada dimensi empati menunjukkan bahwa indikator 20 dan 21 memperoleh nilai absolut Z hitung masing-masing sebesar (3,463) dan (3,622). Dengan nilai Z tabel sebesar (1,96). Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai absolut Z hitung > nilai Z tabel yang berarti menolak H_0

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dan didapatkan hasil, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan di Cafe Bubble Tie Kota Banjarbaru adalah 3,83. Artinya dari kinerja pelayanan di Cafe Bubble Tie Kota Banjarbaru yang diberikan kepada pelanggan memiliki indeks kepuasan konsumen sebesar 3,83 yang termasuk dalam kategori puas.
2. Pada diagram kartesius menunjukkan bahwa terdapat 10 indikator termasuk dalam kuadran A (*Keep Up The Good Work*) yaitu, D1.1, D1.2, D1.3, D2.7, D2.8, D3.10, D4.14, D5.19, D6.20, dan D6.21. terdapat 4 indikator yang termasuk Kuadran B (*Concentrate Here*) yaitu D1.4, D4.15, D5.17, dan D5.18. 5 indikator termasuk dalam kuadran C (*Low Priority*) yaitu, D1.5, D1.6, D2.9, D4.13, dan D4.16. Serta 2 indikator termasuk dalam kuadran D (*Possibble Overkill*) yaitu, D3.11 dan D3.12.
3. Pada uji wilcoxon menunjukkan bahwa pada dimensi suasana tempat terdapat pada indikator 1, 2, 3, dan 4 memiliki perbedaan terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan dengan yang diterima oleh pelanggan Cafe Bubble Tie, sedangkan indikator 5 dan 6 tidak memiliki perbedaan. Untuk dimensi penampilan fisik barista/karyawan pada indikator 7 dan 8 memiliki perbedaan sedangkan indikator 9 tidak memiliki perbedaan. Untuk dimensi kecakapan pada indikator 10 dan 12 memiliki perbedaan sedangkan indikator 11 tidak memiliki perbedaan. Kemudian dimensi pelayanan pada indikator 14, 15, dan 16 memiliki perbedaan sedangkan indikator 13 tidak memiliki perbedaan. Lalu untuk dimensi kepastian terdapat indikator 17, 18, dan 19 memiliki perbedaan. Serta untuk dimensi empati terdapat indikator 20 dan 21 memiliki perbedaan.

Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan adalah agar Cafe Bubble Tie meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung serta bisa lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan kinerja indikator yang berada pada kuadran A agar pelanggan dapat dipuaskan dan meningkatkan jumlah pelanggan yang datang. Serta mempertahankan performa indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran B.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Model Kano. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.

Ali, H. (2008). Marketing, Media Utama, Yogyakarta.

Fawzy, I., Sumowo, S., Saidah, N. (2023). Pengaruh Lokasi,Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *2*(1),47.https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2625

Ningrum, Y. A. K., Wilda, K., & Anjardiani, L. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Janji Jiwa Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, *5*(4).