

**STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI
DOESOEN COFFEE AND SPACE BANDAR LAMPUNG
(Studi Kasus pada Kedai Kopi Doesoen Coffee and Space Bandar Lampung)**

Oleh

**Anas Khair Prikurnia
Weni Yunisa Adriani
Rudi Kurniawan**

Institut Teknologi dan Bisnis Dinniyah Lampung
e-mail : anasprikurnia@gmail.com
<http://ejournal.instdla.ac.id/index.php/index/user>

ABSTRACT

This research aims to determine strategies for increasing customer satisfaction through service quality at Bandar Lampung coffee shops with studies conducted at Doesoen Coffee Bandar Lampung coffee shops. This type of research uses explanatory research. The population in this research is consumers of the Doesoen Coffee and Space coffee shop. The sampling technique in this research was purposive sampling with a sample of 100 people who visited the coffee shop. Data was obtained from a questionnaire using Likert scale measurements. Based on research data analysis and data analysis, service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance and empathy has a significant positive effect on customer satisfaction. This shows that the influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance and empathy can increase customer satisfaction at the Doesoen Coffee and Space coffee shop.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Doesoen Coffee and Space

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan di kedai kopi Bandar Lampung dengan studi yang dilakukan di kedai kopi Doesoen Coffee Bandar Lampung. Jenis penelitian ini menggunakan *Eksplanatory Research*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kedai kopi Doesoen Coffee and Space. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan sampel 100 orang yang mengunjungi kedai kopi tersebut. Data diperoleh dari kuesioner menggunakan pengukuran skala likert. Berdasarkan analisis data penelitian dan analisis data, kualitas pelayanan dengan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dengan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di kedai kopi Doesoen Coffee and Space.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Doesoen Coffee and Space

1. PENDAHULUAN

Tren konsumsi kopi terus meningkat, terutama di negara-negara berkembang, sementara konsumsi di beberapa negara maju telah mencapai level yang tinggi. Menurut *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020. Konsumsi kopi global diperkirakan mencapai sekitar 166 juta kantong kopi (1 kantong kopi setara dengan 60 kilogram) pada tahun 2020. Kopi merupakan minuman yang sangat digemari di berbagai belahan dunia, hal ini dapat dilihat dari besarnya konsumsi kopi di dunia yang terus menerus meningkat hingga 166.63 pada karung 60kg/tahun (*International Coffee Organization*, 2019). Besarnya konsumsi kopi ini terjadi tidak hanya di dunia, namun terjadi di negara-negara eksportir kopi termasuk Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada table 1 Konsumsi Kopi Negara Eksportir Terbesar di Dunia (karung @60kg) Tahun 2015-2019.

Lampung, sebagai salah satu provinsi di Pulau Sumatera, memiliki karakteristik geografis dan iklim yang mendukung pertumbuhan kopi. Daerah ini terkenal dengan produksi kopi berkualitas tinggi, dan kopi Lampung telah menjadi salah satu varietas yang diminati baik di pasar lokal maupun nasional. Keberagaman kopi lokal, mulai dari robusta hingga arabika, memberikan kesempatan bagi pengusaha kopi lokal untuk membangun kedai-kedai yang menawarkan pengalaman unik bagi para penikmat kopi.

Pemerintah Provinsi Lampung saat ini giat untuk meningkatkan popularitas dan ekosistem kopi khususnya dalam pengembangan bisnis. Hal ini dibuktikan oleh Pemerintah Provinsi Lampung melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyelenggarakan festival kopi yang diadakan setiap tahunnya. Pada acara festival kopi 2020, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Bapak Satria Alam berharap kegiatan festival kopi 2020 dapat memotivasi pelaku usaha untuk lebih kreatif sehingga bisa memunculkan produk baru khas Lampung berbahan dasar kopi.

Tradisi minum kopi di kedai kopi tidak hanya sekadar untuk menikmati rasa minuman kopi, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti rapat, pertemuan bisnis, reuni, kencan, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren meminum kopi terus meningkat dan tradisi minum kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup (Suisa et al, 2014). Hal ini membuat kedai kopi semakin berkembang di setiap lokasi di Indonesia.

Kedai kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sosial dan budaya di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Provinsi Lampung. Fenomena kedai kopi di Lampung mencerminkan tren nasional yang menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi sebagai minuman nikmat dan penghubung dalam berbagai aktivitas sehari-hari.

Fenomena kedai kopi di Lampung tidak hanya berkaitan dengan aspek konsumsi kopi semata, tetapi juga mencakup peran kedai kopi sebagai tempat pertemuan sosial, pusat kegiatan komunitas, dan panggung bagi seni dan budaya lokal. Masyarakat Lampung, dengan keberagaman etnik dan budaya yang dimilikinya, menemukan kedai kopi sebagai ruang untuk berdiskusi, berkumpul, dan merayakan identitas lokal mereka.

Doesoen Coffee and Space sebagai sebuah kedai kopi yang berhasil menyalurkan nilai-nilai kearifan lokal dengan konsep kekinian yang unik dan bisa diterima oleh kaum milenial sebagai suatu sajian yang baru. Rumah panggung berbahan kayu terlihat sejuk di rerimbunan pepohonan yang teduh. Bangunannya yang kokoh, kental dengan simbol-simbol ke-Lampungian pada setiap ornamennya.

Doesoen Coffee and Space seolah tidak ingin melupakan kearifan lokal yang telah begitu berjasa membangun kebudayaan Lampung hingga sedemikian majunya, termasuk melalui simbol rumah panggung yang identik dengan rumah adat asli Suku Lampung. Satu hal yang tak kalah penting, Doesoen Coffee and Space juga sudah berhasil mengajak siapapun para

pelanggannya belajar tentang keunikan Lampung itu sendiri, baik pendatang maupun mereka yang asli untuk menikmati nuansa sesungguhnya sebuah wilayah bernama Lampung.

Keberadaan Doesoen Coffee and Space tentu tak bisa dilepaskan dari keberadaan rumah panggung yang ternyata merupakan bangunan yang sudah ada sejak tahun 1917 namun berada di suatu daerah di Ogan Komering Ulu. Kemudian, tahun 2014, rumah panggung ini dibawa ke Bandar Lampung yang sekarang dikenal oleh dengan Doesoen Coffee and space.

II. METODOLOGI

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *explanatory research*. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Radjab dan Jam'an, 2017) *explanatory research* adalah tipe penelitian yang mengkaji hubungan sebab-akibat diantara dua fenomena atau lebih. Hasil akhir penelitian adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat, tujuannya yaitu menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan dan menghasilkan pola hubungan sebab akibat.

Pada penelitian ini penulis berusaha menjelaskan atau mengukur hubungan antar dua variabel utama, yaitu variabel bebas (X) yang terdiri dari 4 variabel yaitu *reliability/keandalan*(X1), *responsiveness/daya tanggap* (X2), *assurance/kepastian* (X3) dan *empathy/empati* (X4) sedangkan variabel terikat (Y) yang terdiri dari satu variabel yaitu kepuasan pelanggan.

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di Kedai Kopi Doesoen Coffee and Space dengan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui jumlah pastinya, dikarenakan orang yang berbelanja setiap hari di Kedai Kopi Doesoen Coffee and Space tidak menentu tiap harinya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *Purposive Sampling dengan kriteria* Pelanggan pernah melakukan pembelian dan berkunjung di kedai kopi Doesoen Coffee and

Space setidaknya 2 kali yang sudah menghabiskan 2 sampai 3 jam di kedai kopi Doesoen Coffee and Space.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh *Reliability/Keandalan* dalam meningkatkan Strategi kepuasan pelanggan di kedai kopi doesoen coffee and space Bandar Lampung

Dalam hal melayani pelanggan, tidak sedikit responden yang menjawab setuju pada item-item pertanyaan di kuesioner. Itu menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas ketika berkunjung di kedai kopi Doesoen Coffee and Space. Pelayanan yang andal, pelayanannya sesuai dengan janji yang diberikan. Doesoen Coffee and Space memiliki stok kopi dan produk lainnya yang mencukupi sesuai dengan permintaan pelanggan. Keandalan dalam menyediakan produk yang dijanjikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menginginkan konsistensi dalam pengalaman mereka. memberikan pelayanan yang konsisten setiap kali pelanggan mengunjungi kedai. Konsistensi dalam sikap, respon, dan keterampilan pelayanan dapat menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa faktor strategi keandalan yang dilakukan oleh kedai kopi Doesoen Coffee and Space terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat pada frekuensi jawaban responden yang menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 76,2% yang menyatakan setuju atas item pertanyaan dalam variabel *reliability/keandalan*.

b. Pengaruh *Responsiveness*/Daya tanggap dalam meningkatkan Strategi kepuasan pelanggan di kedai kopi doesoen *coffee and space* Bandar Lampung

Dari data penelitian ini sudah cukup membuktikan bahwa isi pada strategi daya tanggap atau dengan memberikan kecepatan dalam pelayanan pelanggan sudah sangat baik. Kedai kopi Doesoen Coffee and Space memiliki pelanggan yang puas dipengaruhi oleh kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa faktor strategi daya tanggap juga menentukan, strategi ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat pada frekuensi jawaban responden yang menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 68,9% yang menyatakan setuju atas item pertanyaan dalam variabel ini.

c. Pengaruh *Assurance*/Jaminan dalam meningkatkan Strategi kepuasan pelanggan di kedai kopi doesoen *coffee and space* Bandar Lampung

Dari data penelitian ini sudah cukup membuktikan bahwa Jaminan kompetensi karyawan di kedai kopi Doesoen Coffee & Space merupakan hal yang pasti dalam pelayanan yang baik. Karyawan Doesoen Coffee and Space mampu menjaga sikap ramah, sopan, santun dan profesional dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Sikap positif dan keramahan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Koefisien regresi variabel model kreatif (X3) 0,417; artinya jika variabel independen lain nilainya 0 dan model kreatif mengalami kenaikan 1, maka Kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,417. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara strategi jaminan dengan kepuasan pelanggan, semakin ditingkatkan, maka akan semakin tinggi juga pengunjung yang terpuaskan.

d. Pengaruh *Empati* dalam meningkatkan Strategi kepuasan pelanggan di kedai kopi doesoen *coffee and space* Bandar Lampung

Doesoen Coffee and Space memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai, dan kebutuhan mereka diperhatikan dengan baik saat mengunjungi kedai. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan itu sendiri. Kebersihan kondisi kedai sudah terlihat bersih oleh pengunjung yang datang. Hal tersebut yang telah meningkatkan kepercayaan pelanggan. Adapun informasi tentang jam operasional, promo, atau perubahan lainnya disampaikan dengan jelas kepada pelanggan serta komunikasi yang baik dari pihak kedai kopi Doesoen Coffee and Space membantu pelanggan merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik.

Doesoen Coffee and Space memberikan opsi untuk menyesuaikan menu sesuai dengan preferensi pelanggan atau kebutuhan diet tertentu. Ini lah yang menciptakan pengalaman yang lebih pribadi dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam.

Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa faktor strategi empati yang dilakukan oleh kedai kopi Doesoen Coffee and Space terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat pada frekuensi jawaban responden yang menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 75,4% yang menyatakan setuju atas item pertanyaan dalam variabel empati.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan di kedai kopi Doesoen *Coffee and Space* Bandar Lampung. Secara keseluruhan, hasil penelitian memberikan dukungan kuat untuk melanjutkan dan meningkatkan implementasi strategi keandalan, responsivitas, jaminan,

dan empati di kedai kopi Doesoen Coffee & Space Bandar Lampung. Perhatian dan pengembangan lebih lanjut pada aspek-aspek ini diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan terus memfokuskan perhatian pada strategi keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati, Doesoen Coffee & Space dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi kopi yang diandalkan dan menyediakan pengalaman pelanggan yang positif di Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian- Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aritonang, Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Babbie, Earl. (1992). *The Practice of Social Research*. California: Wardsworth Publishing Company
- Barata, Ateb Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Curry, Jay. (2004, October 5). *Customer Pyramid: A Proven CRM Strategy*. Diambil dari <http://mthink.com/content/customer-pyramid-proven-crm-strategy>.
- Daryanto dan Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media,
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2019. *Statistik Perkebunan Indonesia (Kopi) 2017-2019*
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- International Coffee Organization 2019 *Domestic Consumptions by Exporting Countries*. <http://www.ico.org>.
- Jenkins, Frank. 1995. *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga
- Kasmir. (2011). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Khoirul Maddy. 2009. *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, Jakarta: Chama Digit
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2001. *Principle of Marketing 9th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management: 13th Edition*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Lemon, Katherine N; Rust, Roland T; Zeithaml, Valerie A. (2001). What Drives Customer Equity. *Journal of Marketing Management*, 10 (1), 20-25.
- Lovelock, C. (2002). *Service Marketing and Management, 2nd Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lovelock, Christopher H. & Lauren K Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Malayu S. P. Hasibuan. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mix Marketing & Communication & Toffin. 2020. *Brewing In Indonesia : Insights for Successful Coffee Shop Business*
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, H. Frazier; Lilawati Trimono: Deddy Djamaludin Malik; Onong Uchjana Effendy. (2000). *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nina Rahmayanty. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Radjab, E. & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar

Sekaran, U. 2011. *Research Methods For Business*. Edisi IV. Salemba Empat:Jakarta.

Sekaran, U dan Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.

Jurnal

Abdillah, Fitri & Arif Imam Suroso. (2008). Studi Penilaian Pelaksanaan CustomerRelationship Management (CRM) di Taman Wisata Mekarsari, Bogor.*Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 13(1), 45-60.

Ai Lili Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung

Michael Loekito Dkk. 2014. Analisa Pengaruh *Marketing Mix (7P)* Terhadap Keputusan Pembelian di FOLKS! Coffee Shop and Tea House Surabaya

.Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar

Putri Maharani Purnama. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer di Kota Prabumulih

Sari, Suci Defina. (2009). Kegiatan Marketing Public Relations (MPR) dalam Upaya Membentuk Pengetahuan Produk (Product Knowledge) kepada Khalayak (Studi Pada Produk Shar-E Bank Muamalat). *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*, 15-19.

Suisa, K dan Febrilia, V. 2014. Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.

Internet

<https://www.antaraneews.com/berita/1821160/pemprov-lampung-gelar-festival-kopi-2020>