



UIN SUSKA RIAU

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA COFFESHOP AMPALU MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tugas Akhir

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

Oleh :

MUHAMMAD YASIN
11850211190



UIN SUSKA RIAU
University of Sultan Syarif Kasim Riau

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2025

University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA COFFESHOP AMPALU MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD YASIN
11850211190

Telah diperiksa, disetujui, dan disahkan Sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 16 Juni 2025

Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
NIP. 197301122007101002

Ketua Jurusan

Misra Hartati, S.T., M.T.
NIP : 198205272015032002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA COFFESHOP
AMPALU MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER
SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

TUGAS AKHIR

Oleh:

MUHAMMAD YASIN
11850211190

Telah dipertahankan didepan sidang dewan pengaji
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 16 Juni 2025

Pekanbaru, 16 Juni 2025

Mengesahkan,

Ketua Jurusan



Plh. Dekan
Dr. Kunaiif, ST, PgDipEnst, M.Sc.
NIP : 197607242007101003

Misra Hayati, S.T., M.T.
NIP : 19820527 20150 2002

DEWAN PENGUJI

Ketua : Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T.
Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
Anggota I : Dr. M. Isnaini Hadiyul Umam, M.T.
Anggota II : Muhammad Nur, S.T., M.Si.

iii

iii

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
Nomor : 25/2025
Tanggal : 16 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Yasin
NIM : 118502111190
Tempat/Tanggal Lahir : Pulau Kijang, 19 Desember 2000
Fakultas : Sains dan Teknologi
Prodi : Teknik Industri
Judul Skripsi : Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Coffeshop Ampalu Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Dengan demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Juni 2025

membuat pernyataan,

Muhammad Yasin
NIM. 118502111190

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© H.

pada milik UIN Suska Riau

LEMBAR PERSEMPAHAN

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur”

(Q.S Yusuf ayat: 18)

Segala puji dan syukur kupersembahkan kepada Sang Penggenggam langit dan bumi, Dzat Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang kasih-Nya meliputi lebih luas dari angkasa raya. Dialah yang menghadirkan kedamaian dalam hati jiwa-jiwa yang senantiasa merindukan keagungan-Nya

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Dengan lantunan Al-Fatihah dan irungan sholawat, kusampaikan rasa syukur yang mendalam. Laporan Tugas Akhir ini kupersembahkan dengan penuh cinta dan hormat kepada Ayahanda dan Ibunda yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkahku. Terima kasih atas segala doa, dukungan, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti selama ini. Ayah, Ibu... inilah buah dari kesungguhan yang kalian tanamkan dalam diriku. Semoga Tugas Akhir ini menjadi persembahan kecil sebagai wujud bakti dan penghargaan atas segala jerih payah, cinta, dan perjuangan yang telah kalian berikan tanpa pamrih..

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, Juni 2025

Muhammad Yasin



PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA COFFESHOP AMPALU MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

MUHAMMAD YASIN
11850211190

Tanggal Sidang :

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Coffeeshop Ampalu, serta memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kualitas layanan berdasarkan hasil temuan di lapangan. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan dua metode analisis utama, yaitu Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan secara kuantitatif dan Importance-Performance Analysis (IPA) untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada angka 66,18%, yang termasuk dalam kategori cukup puas. Beberapa faktor utama yang secara dominan memengaruhi tingkat kepuasan tersebut antara lain kenyamanan tempat duduk yang disediakan di dalam coffeeshop serta kecepatan pegawai dalam menyajikan menu kepada pelanggan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti melakukan perbaikan dan peningkatan fasilitas kebersihan lingkungan coffeeshop, mempercepat proses pelayanan melalui optimalisasi alur kerja dan penggunaan teknologi yang mendukung, serta menyelenggarakan pelatihan rutin bagi seluruh pegawai guna meningkatkan profesionalitas dan kualitas interaksi dengan pelanggan.

Kata Kunci : Coffeeshop, Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Measurement of customer satisfaction level on service quality at Coffeeshop Ampalu using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA) methods.

MUHAMMAD YASIN
11850211190

Date of Final Exam : .

*Departement of Industrial Engineering
Faculty of Science and Technology
State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau
St. of HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru*

Abstract

This study aims to measure customer satisfaction levels regarding the service quality provided by Coffeeshop Ampalu and to offer strategic recommendations for service improvement based on field findings. The research utilizes two main analytical methods: the Customer Satisfaction Index (CSI) to quantitatively assess satisfaction levels, and the Importance-Performance Analysis (IPA) to identify service attributes that most significantly influence customer satisfaction. The results show that the customer satisfaction level stands at 66.18%, categorized as moderately satisfied. The dominant factors influencing satisfaction include the comfort of the seating area and the speed of staff in delivering menus. Based on these findings, several improvement recommendations are proposed, such as enhancing cleanliness facilities, streamlining the service process through workflow optimization and supporting technologies, and conducting regular training for staff to improve professionalism and customer interaction quality.

Keywords : Coffeeshop, Customer satisfaction, Service quality

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Teknik di Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, AK, CA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T., selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazarudin, S.T., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu, mendidik, meluangkan waktu untuk diskusi, dan menyumbangkan ide dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Dr. M. Isnaini Hadiyul Umam, M.T., selaku dosen penguji I dan Bapak Muhammad Nur, S.T., M.Si, selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran serta masukan guna untuk membangun laporan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. © **Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan ilmu kepada saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

9. Keluarga Besar Teknik Industri Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan seluruh teman seperjuangan lainnya yang telah memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Dalam laporan ini, saya menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharap kritik serta saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan laporan ini dan agar lebih baik dimasa yang akan datang.

Pekanbaru, Juni 2025

**Muhammad Yasin
11850211190**



DAFTAR ISI	
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Posisisi Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kedai Kopi	10
2.2 Kopi	10
2.3 Budaya Ngopi.....	11
2.4 Manajemen Pemasaran.....	11
2.5 Bauran Pemasaran	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Studi Pendahuluan.....	27
3.2 Studi Literatur.....	28
3.3 Identifikasi Masalah	28

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
© Hak cipta milik UIN Suska Riau	
S State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	
3.4 Tujuan Penelitian.....	28
3.5 Penentuan Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	28
3.6 Variabel Penelitian	29
3.7 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner.....	29
3.8 Pengujian Hasil Kuesioner	30
3.9 Pengumpulan Data	30
3.10 Pengolahan Data	30
3.10.1 Customer Satisfaction Index (CSI)	31
3.10.2 Importance-Performance Analysis (IPA).....	31
3.11 Analisa	32
3.12 Kesimpulan dan Saran	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	33
4.1 Pengumpulan Data	33
4.1.1 Profil Perusahaan	33
4.1.2 Struktur Organisasi	33
4.1.3 Data Kepuasaan Pelanggan	34
4.2 Pengolahan Data	36
4.2.1 Uji Statistik	37
4.2.2 Perhitungan Tingkat Kesesuaian.....	40
4.2.3 Importance Performance Analysis (IPA).....	47
4.2.4 Customer Service Index (CSI)	50
BAB V ANALISIS.....	56
5.1 Analisa Customer Satisfaction Index (CSI).....	56
5.2 Analisa Importance Performance Analysis	56
BAB VI PENUTUP.....	58
6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 Diagram Kartesius IPA	24
3.1 Flowchart Metodologi Penelitian.....	26
3.2 Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)	27
4.1 Struktur Organisasi Coffeshop Ampalu	33
4.2 Diagram IPA	48

DAFTAR TABEL

© Hak Cipta UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel

	Halaman
1.1 Pendapatan dan Jumlah Pelanggan Coffeshop Ampalu	2
1.2 Faktor Permasalahan dan Dampak Coffeshop Ampalu	3
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	34
4.4 Skor Rata-rata <i>Tangible</i>	35
4.5 Skor Rata-rata <i>Responsiveness</i>	35
4.6 Skor Rata-rata Kehandalan	35
4.7 Skor Rata-rata Kehandalan	36
4.8 Skor Rata-rata Empati	36
4.9 Rekapitulasi Uji Validitas Angket Kinerja	37
4.10 Rekapitulasi Uji Validitas Angket Harapan	38
4.11 Uji Reliabilitas Angket Kinerja	40
4.12 Uji Reliabilitas Angket Harapan	40
4.13 Pernyataan 1 Angket Kinerja	41
4.14 Pernyataan 1 Angket Harapan	41
4.15 Pernyataan 2 Angket Kinerja	41
4.16 Pernyataan 2 Angket Harapan	41
4.17 Pernyataan 3 Angket Kinerja	42
4.18 Pernyataan 3 Angket Harapan	42
4.19 Pernyataan 4 Angket Kinerja	42
4.20 Pernyataan 4 Angket Harapan	42
4.21 Pernyataan 5 Angket Kinerja	43
4.22 Pernyataan 5 Angket Harapan	43
4.23 Rekapitulasi Angket Kinerja	43
4.24 Rekapitulasi Angket Harapan	44
4.25 Perhitungan Tingkat Kesesuaian	46
4.26 Keterangan Diagram IPA	48
4.27 Jumlah Nilai Kinerja Dan Harapan	50
4.28 Nilai MIS	51
4.29 Nilai MSS	52
4.30 Nilai WF	53
4.31 Nilai WS	54
4.32 Skala <i>Customer Index Satisfaction</i>	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran A	61
Lampiran B.....	64

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang paling memberikan keuntungan secara ekonomi, dengan jumlah petani di Indonesia yang mencapai lebih dari satu setengah juta orang. Selain menjadi sumber pendapatan bagi rakyat, kopi juga merupakan komoditas ekspor utama dan sumber pendapatan devisa negara. Seiring berjalananya waktu, konsumsi kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Peningkatan pendapatan kelas menengah serta perubahan gaya hidup diperkirakan akan mendorong konsumsi kopi terus bertambah (Tarehy & Nuswantara, 2021).

Konsumsi kopi di Indonesia diperkirakan akan tumbuh rata-rata sebesar 8,22% per tahun. Jika dibandingkan dengan angka konsumsi pada tahun 2019 sebesar 335 ribu ton dan tahun 2020 sebesar 353 ribu ton, proyeksi pasokan kopi pada tahun 2021 mencapai 370 ribu ton. Pengusaha kopi di Indonesia melihat peluang dari peningkatan konsumsi kopi. Kopi sekarang bukan hanya minuman untuk menghilangkan dahaga, tetapi telah berkembang menjadi budaya dan gaya hidup masyarakat saat ini. Perubahan kebiasaan minum kopi yang kini menjadi bagian dari gaya hidup dan budaya masyarakat terlihat jelas dari banyaknya kedai kopi yang berkembang di berbagai wilayah Indonesia. Kondisi ini membuka peluang terjadinya persaingan bisnis yang berpengaruh pada variasi penjualan produk. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk senantiasa mempertahankan kualitas setiap produknya. (Maksum, dkk., 2022).

Seiring waktu dan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi, minuman ini kini hadir dalam kemasan yang lebih modern melalui keberadaan kedai kopi atau coffee shop. Popularitas kedai kopi terus meningkat dari tahun ke tahun, dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup konsumen yang kini memandang kedai kopi bukan sekadar tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk bersosialisasi dan menggelar berbagai aktivitas (Ramadhani & Rosa, 2023).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Salah satu coffeeshop yang tengah berkembang adalah Ampalu Kopi, yang menawarkan beragam menu kopi dan suasana nyaman untuk menarik pelanggan. Coffeeshop Ampalu terletak di Jalan Bangau Sakti, Pekanbaru, sebuah kawasan strategis yang dikenal sebagai area berkembang dengan berbagai fasilitas publik, seperti kampus, perumahan, dan pusat bisnis lokal. Lokasi ini memberikan peluang besar bagi Coffeeshop Ampalu untuk menarik pelanggan dari berbagai segmen, termasuk mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum. Selain itu, Jalan Bangau Sakti merupakan area yang cukup padat dengan lokasi strategis yang mudah dijangkau, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Ampalu Kopi, berikut ini adalah data terkait pendapatan dan jumlah pelanggan di Coffeeshop Ampalu

Tabel 1. 1 Pendapatan dan Jumlah Pelanggan Coffeeshop Ampalu

Bulan	Pendapatan (Rp)	Jumlah Pelanggan
2022		
Januari	6.014.000	241
Februari	7.095.000	284
Maret	6.684.000	253
April	6.434.000	257
Mei	5.251.000	224
Juni	5.604.000	224
Juli	5.421.000	217
Agustus	6.936.000	277
September	6.439.000	258
Oktober	6.640.000	266
November	5.351.000	214
Desember	7.131.000	285
Total	75.000.000	3000
2023		
Januari	5.498.000	220
Februari	4.568.000	183
Maret	5.522.000	181
April	4.525.000	231
Mei	5.206.000	188
Juni	5.037.000	201
Juli	4.897.000	196
Agustus	5.634.000	202
September	5.167.000	227
Oktober	4.459.000	178
November	4.688.000	188

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Desember	4.799.000	205
Total	60.000.000	2400

Coffeeshop Ampalu mengalami penurunan pendapatan dari Rp75 juta pada tahun 2022 menjadi Rp60 juta pada tahun 2023, yang diikuti oleh penurunan jumlah pelanggan dari 3.000 menjadi 2.400 orang. Hal ini dapat mengindikasikan adanya penurunan minat atau loyalitas pelanggan. Dari sisi strategi pemasaran, kemungkinan terdapat kekurangan aktivitas promosi atau pemasaran yang efektif. Jika di tahun 2022 Coffeeshop Ampalu aktif memberikan diskon, atau promosi lainnya, maka hilangnya inisiatif tersebut pada 2023 bisa mengakibatkan penurunan kunjungan pelanggan. Selain itu, perubahan selera konsumsi pelanggan terhadap jenis minuman atau makanan juga dapat memengaruhi penjualan. Misalnya, jika kompetitor menawarkan menu yang lebih inovatif atau mengikuti tren minuman populer, Coffeeshop Ampalu mungkin tertinggal dalam memenuhi preferensi pasar. Dari sisi operasional, peningkatan harga bahan baku juga bisa menjadi penyebab penurunan pendapatan. Jika harga produk meningkat tanpa diikuti oleh perbaikan kualitas atau penyesuaian strategi komunikasi kepada pelanggan, maka pelanggan dapat beralih ke kompetitor yang menawarkan harga lebih kompetitif.

Berdasarkan hasil survei, penurunan ini dapat dikaitkan dengan berbagai faktor, diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Faktor Permasalahan dan Dampak Coffeeshop Ampalu

Faktor Permasalahan	Deskripsi	Dampak
Persaingan Bisnis	Banyaknya coffeeshop baru di sekitar Jalan Bangau Sakti	Berkurangnya pelanggan dan penurunan loyalitas pelanggan
Kurangnya Promosi	Promosi dan pemasaran yang kurang efektif	Kesadaran merek rendah dan pelanggan lebih memilih coffeeshop lain
Kualitas Layanan	Kualitas layanan terkadang belum sejalan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.	Ketidakpuasan pelanggan berdampak pada menurunnya frekuensi kunjungan mereka.
Lokasi Strategis Tidak Dimanfaatkan Secara Maksimal	Potensi dari lokasi yang strategis belum dimanfaatkan secara optimal	Kesempatan untuk menarik pelanggan dari area kampus, perumahan, dan pusat bisnis belum maksimal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor-faktor di atas menunjukkan bahwa Coffeeshop Ampalu perlu memperkuat strategi bisnisnya. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah memperkuat strategi promosi lewat media sosial, serta memanfaatkan kampanye pemasaran berbasis lokasi untuk menjangkau audiens yang lebih relevan. Selain itu, perlu adanya peningkatan kualitas layanan dan pemanfaatan peluang dari lokasi strategis agar dapat menarik lebih banyak pelanggan.

Strategi pemasaran saat ini belum optimal, masih terbatas dan kurang efektif dalam menarik serta mempertahankan pelanggan. Minimnya aktivitas promosi, baik secara online maupun offline, menyebabkan rendahnya kesadaran merek di kalangan pelanggan potensial. Tidak adanya strategi pemasaran digital yang terarah, seperti penggunaan media sosial secara aktif untuk promosi atau diskon membuat bisnis ini kurang terlihat dibandingkan kompetitor. Selain itu, tidak adanya inovasi dalam menu atau penyesuaian terhadap tren minuman yang sedang populer juga mengurangi daya tarik bagi pelanggan baru maupun pelanggan lama. Strategi harga yang diterapkan tidak memiliki keunggulan kompetitif yang jelas, baik dalam bentuk paket hemat dan strategi lainnya. Ditambah lagi, lokasi strategis yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal dengan pemasaran berbasis lokasi, seperti kerja sama dengan komunitas masyarakat, kampus atau kantor di sekitar. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang ada saat ini masih pasif dan belum mampu meningkatkan *brand awareness* serta loyalitas pelanggan secara signifikan.

Di tengah arus globalisasi, persaingan di dunia bisnis semakin sengit, terutama dalam sektor makanan dan minuman seperti restoran, kafe, dan kedai kopi. Para pemilik bisnis berusaha untuk membuat pelanggan puas dengan melakukan hal-hal baru, seperti memberikan nama yang khas, menghadirkan menu yang berbeda, menawarkan variasi makanan yang beragam, serta memberikan pelayanan terbaik. Industri makanan dan minuman (F&B) ini menghadapi persaingan yang semakin meningkat, sehingga perusahaan harus mampu memberikan layanan terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah cara Anda memperlakukan dan berinteraksi dengan pelanggan Anda. Kualitas pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

adalah segala bentuk tindakan yang dapat memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Dalam industri kuliner, restoran dan kafe yang berhasil menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama biasanya memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Pelanggan yang merasa puas cenderung menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi, tidak hanya mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang, tetapi juga bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk atau layanan yang diberikan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas, baik dari sisi konsumen maupun penjual. (Istiyawari, dkk., 2021).

Pengukuran kepuasan pelanggan bisa dilakukan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang membantu mendapatkan gambaran kuantitatif tentang seberapa puas konsumen. Selain itu, metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) berguna untuk mengidentifikasi aspek layanan mana yang perlu menjadi fokus utama dalam perbaikan. Dalam kondisi seperti ini, penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menjadi sangat dibutuhkan. Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi Coffeeshop Ampalu dalam meningkatkan kualitas layanan sekaligus memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan, Coffeeshop Ampalu dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang ada di atas, rumusan masalah dapat diperoleh adalah bagaimana mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Coffeeshop Ampalu menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance-Performance Analysis* (IPA) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan *coffe shop* Ampalu menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. © Hak cipta milik UIN Suska Riau Untuk merancang atribut-atribut pelayanan yang memerlukan perbaikan dan peningkatan, serta aspek-aspek yang perlu dipertahankan di Coffe Shop Ampalu menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

3. Untuk mengusulkan perbaikan pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan di *coffe shop* Ampalu

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan:

- a. Memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Membantu Coffeeshop Ampalu mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki.
- c. Memberikan dasar untuk merancang strategi peningkatan layanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti :

- a. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan metode CSI dan IPA.
- b. Sebagai referensi untuk penelitian serupa di bidang layanan dan kepuasan pelanggan.
- c. Memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu manajemen kualitas layanan.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara, dan survei pelanggan yang dilakukan dalam periode waktu 2022 hingga 2023, sehingga hasil penelitian merepresentasikan kondisi selama periode tersebut.

2. Fokus penelitian ini hanya pada aspek kepuasan pelanggan terkait produk, harga, layanan, fasilitas, dan lokasi, tanpa membahas faktor eksternal seperti persaingan dengan bisnis lain atau tren pasar secara umum.

3. Penelitian ini tidak mencakup evaluasi aspek finansial atau operasional internal Coffeeshop Ampalu.

1.6 Posisisi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode CSI Dan IPA (Afandi, dkk., 2021)	Banyaknya pelanggan yang mengeluhkan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan setia penyewaan lapangan futsal	CSI dan IPA	Hasil dari analisis (CSI) diperoleh hasil 58,32%. Berdasarkan analisis (IPA), diperoleh 3 atribut di kuadran I, dan 3 atribut di kuadran II, 9 atribut di kuadran III, 4 atribut di kuadran IV.
2	Analisis kualitas layanan RA Manbaul Hikmah dimasa pandemi Covid19 dengan metode IPA dan CSI (Andiyanah, 2021)	Proses belajar mengajar di RA Manbaul Hikmah kurang berjalan secara optimal karena siswa sering kali kurang fokus saat guru menyampaikan materi, disebabkan oleh keasyikan bermain. Selain itu, media pembelajaran yang digunakan kurang menarik perhatian, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dari wali murid. Tingkat kepuasan wali murid terhadap layanan yang diberikan pun belum mencapai hasil yang maksimal, terutama akibat dampak pandemi Covid-19. Ditambah lagi, RA Manbaul Hikmah belum mengidentifikasi atribut-atribut penting yang perlu ditingkatkan selama masa pandemi tersebut.	CSI dan IPA	Wali murid telah menunjukkan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh guru di RA Manbaul Hikmah. Hal ini terlihat dari nilai kepuasan sebesar 78,52%, yang termasuk dalam kategori "puas" sesuai dengan rentang skala 66,00–80,00. Namun, masih terdapat satu tingkat lagi, yaitu pada rentang skala 81,00–100,00, yang perlu dicapai agar wali murid merasa "sangat puas".
3	Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus	Dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir, UMKM Ahul Saleh mengalami penurunan omset sebagai akibat dari	CSI dan IPA	Berdasarkan metode CSI, tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut 7P di UMKM Ahul Saleh mencapai 75,19%, yang termasuk kategori puas. Analisis IPA menunjukkan

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
5	Analisa Customer Experience Soto Kudus Kembang Joyo Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Perfomance Analysis (IPA) Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Facureza & Wong, 2024)	Masih terdapat sejumlah aspek yang menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen Soto Kudus Kembang Joyo.	CSI dan IPA
UMKM Ahul Saleh (Setiawan, dkk., 2022)	Analisis Service Quality dengan Metode CSI Dan IPA Terhadap Kepuasan Peserta di Bpjs Ketenagakerjaan Kantor Cabang Kendal (Pradana, dkk., 2024)	BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Kendal perlu terus melakukan evaluasi, peningkatan, dan inovasi dalam layanan agar dapat memenuhi dan meningkatkan kepuasan peserta.	CSI dan IPA
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau		bahwa dimensi <i>people</i> menjadi prioritas utama perbaikan karena sebagian besar atributnya berada di kuadran I.	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memuat teori-teori terkait kepuasan pelanggan, metode CSI, metode IPA, serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pelanggan Coffeeshop Ampalu. Kuesioner menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur kepuasan pelanggan dan *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan.

BAB V ANALISA

Bab ini menyajikan analisis hasil pengolahan data, dimulai dengan interpretasi skor CSI untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil IPA digunakan untuk mengidentifikasi atribut layanan yang membutuhkan perbaikan, dengan fokus pada faktor yang penting bagi pelanggan namun memiliki kinerja yang kurang memuaskan. Analisis ini memberikan wawasan strategis terkait area yang perlu diperbaiki di Coffeeshop Ampalu.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menyimpulkan tingkat kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang perlu diperbaiki. Saran yang diberikan meliputi peningkatan kualitas layanan, variasi menu, dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kedai Kopi

Kedai kopi merupakan suatu tempat yang sering dimanfaatkan sebagai ruang berkumpul untuk bersantai atau melaksanakan berbagai aktivitas ringan, seperti berdiskusi, membaca buku atau media cetak dan digital, serta menyelesaikan tugas akademik baik pada tingkat sekolah maupun perguruan tinggi. Di kedai kopi juga dijual kopi dan produk turunannya sebagai minuman utama serta makanan ringan sebagai pendampingnya. Pengunjung kedai kopi kini tidak lagi didominasi oleh kalangan paruh baya atau lansia. Sebaliknya, konsumsi kopi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup orang dewasa, termasuk para pebisnis, karyawan, dan kelompok profesional lainnya. Tidak hanya rasa dan aroma kopi yang disajikan yang menarik pengunjung kedai kopi, tetapi juga keinginan mereka untuk terlibat dalam kehidupan sosial, berinteraksi dengan orang lain dan menggunakan kopi sebagai alat untuk berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai kasta sosial (Putra & Silantara, 2024).

2.2 Kopi

Salah satu produk pertanian perkebunan yang sangat berharga adalah kopi. Selain itu, lebih dari 1,5 juta masyarakat yang bekerja sebagai petani kopi di Indonesia menghasilkan uang dari kopi, yang juga berperan penting dalam menciptakan devisa negara. Pengolahan dan ekstraksi biji kopi merupakan proses utama dalam pembuatan minuman kopi. Kopi termasuk salah satu tanaman yang memiliki kandungan antioksidan tinggi dan dikenal sebagai sumber minuman dengan kadar kafein yang signifikan. Beberapa jenis polifenol yang terkandung dalam biji kopi antara lain asam kafeat, asam klorogenat, asam feurat, asam sinapat, dan asam koumarat. Asam klorogenat adalah senyawa kimia dengan tingkat antioksidan tertinggi dalam biji kopi, yang dianggap dapat mengobati masalah tidur, epilepsi, dan hiperaktivitas. Di Indonesia, dua varietas kopi yang paling umum dibudidayakan adalah kopi Arabika dan Robusta. Keduanya mengandung beragam senyawa bioaktif dengan konsentrasi tinggi, seperti asam quinolinat, asam

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pirogalat, asam tanat, trigonelin, asam nikotinat, serta kafein sebagai komponen utama (Novianti, dkk., 2023).

2.3 Budaya Ngopi

Semua budaya, termasuk budaya ngopi, berkembang seiring berjalannya waktu. Budaya ngopi saat ini berubah karena globalisasi dan perdebatan modernisasi. Kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga menjadi ruang sosial bagi individu yang memiliki ketertarikan terhadap kopi, guna berinteraksi dan membangun relasi dengan sesama penikmatnya. Pada akhirnya, budaya ngopi akan menjadi kebiasaan masyarakat (Khakamulloh, dkk., 2020). Pada masa lalu, kopi hanya dikonsumsi oleh individu sebagai kebutuhan biologis, tetapi sekarang menjadi sesuatu yang dilakukan oleh masyarakat. Akibatnya, budaya ngopi terus berkembang karena menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi dan sosial yang terjadi di masyarakat dan memenuhi kebutuhan zaman (Khakamulloh, dkk., 2020).

2.4 Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses manajerial yang memfasilitasi individu maupun kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran nilai dalam bentuk produk. Proses ini mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan distribusi barang atau jasa dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Pemasaran merupakan strategi bisnis yang bertujuan memperoleh keuntungan melalui penjualan barang dan jasa yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks ini, peran manajer pemasaran menjadi krusial dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan secara efektif. Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap berbagai aktivitas pemasaran dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan organisasi secara optimal, baik dari segi efektivitas maupun efisiensi. (Nasution & Aslami, 2022).

Manajemen pemasaran berfokus pada analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirancang untuk membangun, membangun, dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Manajemen pemasaran melibatkan meneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan dan keinginan pelanggan, membuat ide untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, membuat rancangan produk, dan menguji konsep produk (Sudiantini, dkk., 2023).

2.5 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk menciptakan respon yang diharapkan dari pasar sasaran. Bauran ini terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk, harga, kawasan distribusi, dan promosi (Helfiana, 2024).



Gambar 2. 1 Bauran Pemasaran

(Sumber : Helfiana, 2024)

Dalam mengembangkan strategi pemasaran, perusahaan perlu menentukan kombinasi yang tepat antara segmen pasar yang dituju dan elemen bauran pemasaran guna menciptakan keunggulan kompetitif yang unik. Dalam manajemen pemasaran, segmentasi pasar dilakukan dengan mengelompokkan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang terkait dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran ini meliputi penentuan karakteristik produk, strategi penetapan harga, komunikasi pemasaran, saluran distribusi, serta layanan yang akan diberikan kepada konsumen. Bauran pemasaran 7P terdiri dari tujuh elemen utama, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan tampilan (*physical evidence*) (Helfiana, 2024).

1. © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Produk mencakup segala sesuatu yang diberikan kepada pelanggan atau yang berpotensi diberikan guna memenuhi kebutuhan mereka. Secara konseptual, produk merupakan segala hal yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui pemenuhan tersebut, disesuaikan dengan kompetensi, kapasitas, serta kemampuan daya beli pasar. Keputusan terkait produk meliputi aspek-aspek seperti jenis fisik produk, merek, kemasan, garansi, serta layanan purna jual. Analisis kebutuhan dan keinginan pasar menjadi dasar dalam pengembangan produk. Produk sendiri dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama, yaitu barang dan jasa. Barang merupakan produk fisik yang dapat dilihat, dirasakan, disentuh, dipegang, disimpan, dipindahkan, serta mengalami perlakuan fisik lainnya. Sementara itu, jasa adalah serangkaian aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk diperdagangkan.
2. Harga merupakan salah satu elemen krusial dalam proses pemasaran yang berperan penting dalam memenangkan persaingan pasar. Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh hak penggunaan suatu produk. Menurut pandangan para ekonom, produk dengan harga yang lebih rendah cenderung menghasilkan volume penjualan yang lebih tinggi dibandingkan produk dengan harga lebih mahal. Namun, dalam beberapa situasi, harga juga berfungsi sebagai indikator kualitas produk. Konsumen seringkali menganggap terdapat hubungan negatif antara harga dan kualitas, sehingga mereka melakukan perbandingan produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Secara umum, istilah "harga" mengacu pada jumlah uang, yang terkadang disertai dengan barang tambahan, yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi tertentu dari barang dan jasa.
3. Saluran distribusi (*place*) harus memiliki kapasitas untuk memastikan produk dapat sampai ke tangan konsumen dan tersedia untuk dibeli, yang merupakan faktor penting dalam keberhasilan pemasaran. Secara umum, saluran distribusi adalah jalur yang dilalui barang dari produsen melalui perantara hingga mencapai pembeli akhir. Namun, definisi saluran distribusi perlu diperluas mencakup berbagai jenis barang dan jasa yang dapat didistribusikan, termasuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

barang berwujud (tangible) maupun informasi yang tidak berwujud (intangible), agar tidak membatasi peran lembaga yang terlibat. Saluran distribusi berfungsi sebagai dasar operasional dan administratif untuk penentuan lokasi kantor, memiliki nilai strategis dalam mempercepat dan mempermudah proses distribusi produk kepada konsumen dalam kegiatan perdagangan. Pemilihan lokasi yang tepat saja tidak cukup untuk memahami strategi saluran distribusi, karena permintaan konsumen terus mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh perkembangan produk, produk pesaing, serta kemudahan akses informasi. Oleh karena itu, permintaan tersebut harus diselaraskan dengan saluran distribusi yang sesuai dengan kondisi aktual, mempertimbangkan faktor-faktor seperti kondisi lahan, struktur, lokasi pemasok, kebutuhan infrastruktur teknologi, serta saluran distribusi yang dikembangkan oleh perusahaan.

4. Promosi merupakan serangkaian kegiatan komunikasi massa yang bertujuan menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada khalayak, sehingga menimbulkan minat untuk melakukan pembelian. Beberapa instrumen komunikasi massa yang umum digunakan oleh pemasar meliputi iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

5. *People* (Orang) atau sumber daya manusia yang berkualitas dan terampil memegang peranan krusial dalam keberhasilan keseluruhan kegiatan pemasaran. Komponen ini meliputi karyawan, distributor, serta pihak ketiga yang turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau layanan. Kompetensi penting yang harus dimiliki sumber daya manusia meliputi kemampuan pelayanan, persuasi, ketelitian, serta kemampuan berinteraksi secara efektif. Adaptabilitas terhadap berbagai lingkungan kerja juga menjadi faktor kunci. Proses penentuan sumber daya manusia melibatkan beberapa aspek penting seperti standar karyawan, rekrutmen, pelatihan, serta pemberian penghargaan. Selain itu, komunikasi yang efektif dan kerja sama tim yang kuat serta termotivasi sangat dibutuhkan. Pada tahap promosi, peran sumber daya manusia menjadi semakin vital karena mereka berkontribusi dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui kehandalan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

profesionalisme di lapangan. Dengan demikian, mereka merupakan pilar utama yang mencerminkan citra perusahaan di mata publik.

6. *Process* (Proses), Proses bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap bauran pemasaran. Dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen, terdapat beberapa tahapan yang dilalui, mulai dari persiapan produk, penyediaan jasa, hingga metode penjualan, yang kesemuanya memengaruhi persepsi konsumen. Seluruh aktivitas tersebut mencakup prosedur, tugas, mekanisme, serta jadwal dan rutinitas kerja yang dirancang untuk menjamin produk dapat sampai ke tangan pelanggan secara tepat waktu. Proses pemasaran barang dan jasa memiliki karakteristik yang berbeda. Dalam konteks bauran pemasaran, indikator proses dapat dibagi menjadi tiga komponen utama, salah satunya adalah alur aktivitas yang sangat penting untuk menjaga efisiensi dan produktivitas. Alur ini selanjutnya diterjemahkan menjadi jadwal dan rutinitas kerja yang terstruktur.
7. *Physical evidence* (sarana dan tampilan fisik) dalam bauran pemasaran merujuk pada lingkungan yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam strategi pemasaran yang diterapkan secara langsung, aspek sarana dan tampilan fisik merupakan lanjutan dari penentuan lokasi dan produk. Komponen ini mencakup suasana ruang atau tempat, suara, dekorasi, kondisi cuaca, pencahayaan, serta tata letak produk. Penetapan elemen-elemen tersebut harus mempertimbangkan kebutuhan dan interaksi konsumen. Kelengkapan fasilitas serta desain interior dan eksterior menjadi standar fisik yang utama. Selain itu, penyampaian karakter produk melalui teks, simbol, warna, dan elemen visual lain juga berperan sebagai informasi grafis yang mampu menarik perhatian pembeli.

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang diperoleh dari penerapan bauran pemasaran (Rosmawati, dkk., 2023) :

1. Memaksimalkan sumber daya yang ada
2. Mampu melaksanakan strategi promosi secara efektif dan efisien
3. Dapat memaksimalkan potensi nilai produk
4. Memperbesar peluang memenangkan pasar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Mampu mengontrol seluruh elemen produk dan penjualan

2.1 Perilaku Konsumen

Pada dasarnya, konsumen adalah individu yang berpartisipasi dalam proses pembelian atau pemanfaatan suatu produk. Sedangkan perilaku konsumen merujuk pada rangkaian tindakan nyata yang dilakukan oleh individu tersebut, yang dapat diamati secara langsung. Beberapa faktor, termasuk faktor psikologis dan faktor eksternal lainnya, turut memengaruhi perilaku konsumen dalam proses pembelian maupun penggunaan produk. Secara umum, perilaku konsumen dibagi menjadi dua kategori, dengan beberapa contoh di antaranya adalah (Mauludin, dkk., 2022) :

1. Perilaku konsumen rasional: Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Produk tersebut harus memiliki manfaat yang optimal bagi konsumen. Selain itu, konsumen mengutamakan produk dengan kualitas terjamin serta harga yang sepadan dengan kemampuan finansial mereka.
2. Perilaku konsumen irrasional: Konsumen akan memilih barang dengan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka.

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Di antara faktor-faktor tersebut, budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam. Dalam konteks ini, terdapat beberapa elemen budaya yang turut membentuk perilaku konsumen, seperti budaya induk, sub-budaya, dan kelas sosial, yang masing-masing memainkan peran penting dalam menentukan preferensi dan keputusan pembelian individu (Mauludin, dkk., 2022).

1. Budaya

Budaya memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku dan keinginan individu. Anak-anak menerima seperangkat nilai, persepsi, dan kecenderungan yang diperoleh dari lingkungan keluarga mereka. Sebagai contoh, anak-anak yang tumbuh di Amerika Serikat cenderung mengadopsi nilai-nilai seperti prestasi, keaktifan, efisiensi, pragmatisme, kemajuan, kepuasan materi, individualisme, kebebasan, apresiasi terhadap dunia luar, humanisme, serta semangat muda.

2. © Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sub-Budaya

Budaya terdiri atas berbagai sub-budaya yang lebih kecil, masing-masing memberikan identitas khas serta pola sosialisasi yang unik bagi anggotanya. Sub-budaya ini mencakup unsur kebangsaan, etnis, ras, agama, dan lokasi geografis. Karena banyak dari sub-budaya tersebut membentuk segmen pasar yang potensial, pemasar kerap kali mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang dirancang secara khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi spesifik dari tiap kelompok tersebut.

Kelas sosial

Pada hakikatnya, setiap masyarakat memiliki struktur sosial yang terbagi dalam lapisan-lapisan atau yang dikenal dengan istilah stratifikasi sosial. Dalam beberapa masyarakat, stratifikasi ini terwujud melalui sistem kasta, di mana individu dari tiap kasta dibesarkan untuk menjalankan peran tertentu yang telah ditetapkan sejak lahir, serta memiliki keterbatasan dalam mengubah status sosialnya.

4. Faktor sosial

Faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, peran, dan status sosial, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku individu. Kelompok acuan dapat memengaruhi perilaku seseorang secara langsung maupun tidak langsung, khususnya melalui kelompok keanggotaan. Di antara berbagai kelompok sosial, keluarga merupakan kelompok acuan utama yang memiliki pengaruh paling besar. Dalam konteks konsumen, keluarga berperan sebagai salah satu unit pembelian yang paling penting. Sepanjang hidupnya, individu berinteraksi dengan berbagai kelompok, baik dalam lingkungan keluarga maupun organisasi, dan dari interaksi tersebut terbentuklah peran serta status sosial. Posisi seseorang dalam suatu kelompok ditentukan oleh peran yang dijalankan dan status yang disandangnya di dalam kelompok tersebut.

5. Faktor pribadi

Beragam faktor seperti usia, tahap dalam siklus hidup, jenis pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri konsumen, turut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta atau Undang-Undang Kepuasan Konsumen

berperan dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan saat melakukan pembelian produk.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan dapat diartikan sebagai respons emosional, berupa rasa senang atau kecewa, yang muncul setelah individu membandingkan antara kinerja atau hasil dari suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya. Kepuasan terjadi ketika terdapat keselarasan antara harapan konsumen dan realitas yang diterima. Jika kinerja produk berada di bawah harapan, maka pelanggan cenderung merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan lebih tinggi, bahkan mengarah pada rasa sangat puas dan senang. Kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat dengan kualitas produk maupun layanan yang diberikan. Dalam konteks manajemen dan dunia bisnis, konsep kepuasan pelanggan menjadi elemen yang sangat penting untuk diperhatikan. Kepuasan konsumen sendiri merupakan reaksi emosional, baik berupa rasa senang maupun kekecewaan, yang muncul setelah konsumen membandingkan antara kinerja produk yang diterima dengan ekspektasi yang telah dibentuk sebelumnya (Madjowa, dkk., 2023).

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai tingkat emosi yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang telah ia bentuk sebelumnya. Kepuasan merupakan penilaian yang muncul setelah suatu pilihan dianggap memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Berdasarkan definisi tersebut, kepuasan pelanggan tercapai ketika harapan yang dimiliki pelanggan dapat terpenuhi. Dengan kata lain, pelanggan dianggap puas apabila produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan sesuai, atau bahkan melebihi, ekspektasi mereka. Dalam konteks industri jasa, kepuasan pelanggan diukur melalui penilaian terhadap keseluruhan pengalaman yang dirasakan selama proses interaksi dengan perusahaan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan perusahaan dapat dinilai melalui evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman pelanggan tersebut (Madjowa, dkk., 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Makalah
Islam
Universitas
Syarif Kasim Riau**

Kepuasan pelanggan merupakan konsep utama dalam bidang manajemen dan pembahasan bisnis, yang mengacu pada perasaan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Secara etimologis, istilah “kepuasan” berasal dari bahasa Latin, yakni “satis” yang berarti “cukup baik” atau “memadai,” serta “facio” yang berarti “melakukan” atau “membuat.” Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan atau menjadikan sesuatu sesuai dengan harapan. Kepuasan pembeli merupakan hasil persepsi yang dirasakan oleh konsumen ketika kinerja perusahaan sesuai dengan harapan mereka. Ketika ekspektasi pelanggan terpenuhi, mereka akan merasa senang dan puas. Pelanggan yang mengalami kepuasan cenderung menunjukkan loyalitas lebih tinggi, melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar, kurang sensitif terhadap perubahan harga, serta memberikan ulasan positif terhadap bisnis tersebut (Madjowa, dkk., 2023).

Pelanggan tidak sekadar membeli produk atau jasa, melainkan juga manfaat yang diperoleh dari produk atau jasa tersebut. Mereka membeli keseluruhan penawaran yang meliputi barang, jasa, layanan, informasi, perhatian personal, serta berbagai komponen pendukung lainnya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara pengalaman nyata terkait kinerja produk dengan harapan yang telah dimiliki sebelumnya. Selain itu, persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan juga menjadi faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepuasan tersebut (Madjowa, 2023).

Bagi pelaku bisnis, memahami tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat krusial untuk menilai sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap kinerja yang telah diberikan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berperan penting dalam menentukan keberlangsungan dan kesuksesan bisnis di masa depan. Berikut adalah contoh kuesioner tingkat kepuasan pelanggan (Faiz, 2023) :

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
A. Tangible (Penampilan Fisik)						
S1	Tempat parkir luas					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Hak Cipta milik U	Ruangan Cafe Ucok Kopi memiliki dekorasi yang menarik					
Suska Riau	Pegawai Cafe Ucok Kopi berseragam rapi					
	Cafe Ucok Kopi memiliki tempat yang nyaman					
	Tata letak meja dan kursi tidak membatasi ruang gerak					
	Susunan Café Teratur					
B. Reliability (Keandalan)						
	Keakuratan dalam perhitungan administrasi oleh pegawai pada saat membayar					
	Wifi tidak lemot					
	Waktu untuk menunggu pesanan cepat					
	Kemampuan pelayanan pegawai dapat dipercaya					
	Konsisten dalam pelayanan jasa					
C. Responsiveness (Daya Tanggap)						
	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam memesan makanan					
	Penanganan keluhan cepat					
	Kecepatan pelayanan pembayaran					
	Kecepatan pegawai saat memberikan menu pada pelanggan					
	Pegawai selalu bersedia menolong pelanggan kapan saja					
	Pegawai datang dengan cepat ketika pelanggan memanggil					
	Ketepatan waktu buka jam operasional					
	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam hal mengantar pesanan makanan					
D. Assurance (Jaminan)						
	Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai gambar					
	Pegawai selalu bersikap sopan kepada pelanggan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Hak Cipta 22	Kebersihan makanan dan minuman tanpa adanya kandungan berbahaya					
Hak Cipta 23	Kemampuan pegawai mengingat menu pesanan pelanggan					
Hak Cipta 24	Kejujuran pegawai					
E. Empathy (Empati)						
25	Keramahan pegawai ketika pelanggan memesan menu					
26	Kedulian pegawai terhadap masalah pelanggan					
27	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan					
28	Kemudahan dalam menemui pegawai					
29	Keadilan dalam memberikan pelayanan					
30	Manajemen selalu berusaha untuk mempunyai reputasi yang terbaik di mata pelanggan					

2.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen (Consumer Satisfaction Index atau CSI) merupakan alat yang umum digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima saat ini. Pengukuran ini didasarkan pada beberapa indikator tertentu. Dengan membandingkan kinerja yang dirasakan pelanggan dan harapan yang diinginkan, CSI memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan diukur dari perspektif konsumen terhadap kinerja produk atau jasa dalam memenuhi ekspektasi yang dimiliki. Pelanggan dikatakan puas apabila harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kinerja produk atau jasa tersebut. CSI merupakan salah satu metode analisis kuantitatif yang digunakan untuk mengukur persentase tingkat kepuasan pengguna berdasarkan survei kepuasan pelanggan. Pada tahap awal analisis CSI, dilakukan perhitungan terhadap beberapa parameter yaitu Mean Importance Score (MIS), Weight Factor (WF), Mean Satisfaction Score (MSS), dan Weight Score (WSi). Selanjutnya, nilai akhir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CSI dihitung berdasarkan parameter-parameter tersebut. Prosedur dan rumus perhitungan nilai CSI dapat dijelaskan secara berurutan pada Persamaan 2.1 hingga 2.5 (Setiawan, dkk., 2022):

1. Mean Importance Score (MIS)

$$MIS = \frac{|\sum_{i=1}^n Y_i|}{n} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan :

Y_i = nilai pembobotan kepentingan

n = jumlah responden

2. Weight Factor (WF)

$$WF = \frac{MIS_i}{(\sum_{i=1}^p MIS_i)} \quad \dots(2.2)$$

Keterangan :

MIS_i = nilai rata-rata kepentingan

3. Mean Satisfaction Score (MSS)

$$MSS = \frac{|\sum_{i=1}^n Y_i|}{n} \quad \dots(2.3)$$

Keterangan :

Y_i = nilai pembobotan kepuasan

4. Weight Score (WS)

$$WS = WF \times MSS \quad \dots(2.4)$$

5. Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \quad \dots(2.5)$$

Keterangan :

HS = nilai skala maksimum yang digunakan pada penelitian ini

Setelah indeks kepuasan konsumen diperoleh melalui prosedur sebelumnya, tahap berikutnya adalah menginterpretasikan nilai CSI guna menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Indeks kepuasan tersebut dikelompokkan ke dalam lima kategori yang dapat dilihat pada tabel berikut ini (Setiawan, dkk., 2022).

Tabel 2.1 Kriteria Indeks Kepuasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nilai	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

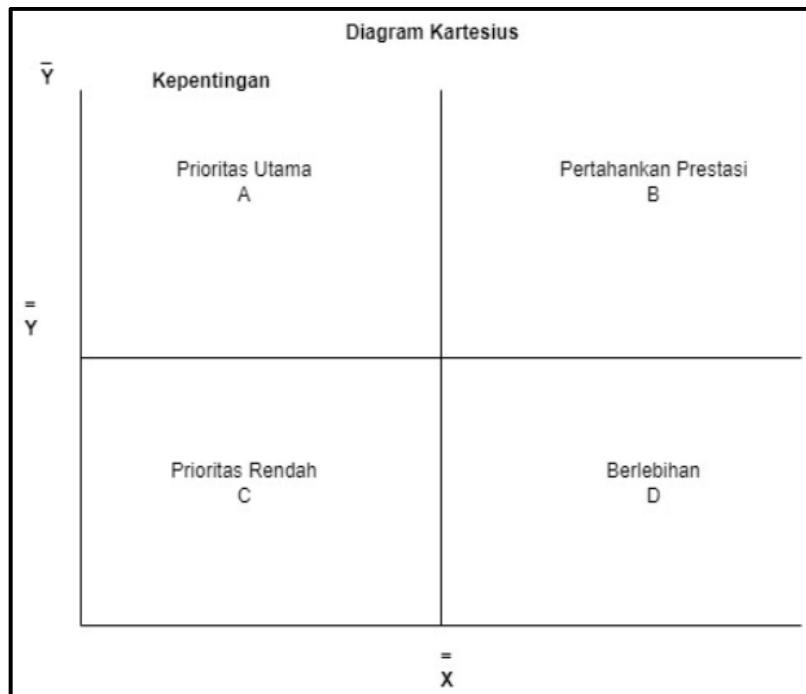
(Sumber : Setiawan, dkk., 2022)

2.4 *Importance-Performance Analysis (IPA)*

Berdasarkan penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan suatu atribut, metode *Importance-Performance Analysis (IPA)* menjadi alat yang efektif untuk merumuskan kebijakan dan strategi. Untuk menentukan metrik apa yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan, pendekatan ini dapat digunakan. Dari sudut pandang layanan, metode IPA mampu memetakan persepsi pelanggan mengenai tingkat pentingnya serta efektivitas layanan yang diberikan. Pendekatan ini berguna untuk mengidentifikasi layanan yang perlu diperbaiki guna menjaga kepuasan pelanggan dengan cara yang mudah dipahami dan efisien dari segi biaya. Memetakan atribut kepuasan berdasarkan variabel 7P dalam penelitian ini ke dalam diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran merupakan langkah krusial dalam penerapan metode IPA. Pembagian kuadran tersebut dilakukan dengan merujuk pada nilai kepentingan dan kepuasan, yang dapat diamati pada Gambar 2.2. Setiap kuadran menggambarkan kategori spesifik yang berfungsi sebagai panduan bagi peneliti serta pengambil keputusan dalam organisasi untuk merumuskan strategi dan kebijakan di masa mendatang (Setiawan, dkk., 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2. 2 Diagram Kartesius IPA

(Sumber : Setiawan, dkk., 2022)

Berikut adalah penjelasan untuk setiap kuadran yang terdapat pada Gambar 2 (Setiawan, dkk., 2022).

1. Prioritas utama. Kuadran ini mencakup faktor-faktor yang dianggap sangat penting oleh konsumen, namun kinerja bisnis terkait dinilai belum memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan atau pemilik perlu mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk meningkatkan kinerja pada aspek-aspek yang termasuk dalam kuadran ini.
2. Pertahankan prestasi. Kuadran ini meliputi elemen-elemen yang dianggap penting oleh konsumen dan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga dan mempertahankan kinerja yang telah dicapai pada aspek-aspek tersebut.
3. Prioritas rendah. Kuadran ini mencakup faktor-faktor yang dinilai kurang penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Dengan demikian, perusahaan tidak perlu mengalokasikan sumber daya atau perhatian yang besar terhadap faktor-faktor ini.

Berlebihan. Kuadran ini menunjukkan komponen yang dianggap kurang penting dan kurang diharapkan oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mengurangi atau mengalihkan sumber daya yang digunakan untuk komponen ini ke area lain yang lebih prioritas dan berdampak positif pada kepuasan pelanggan.

4. © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

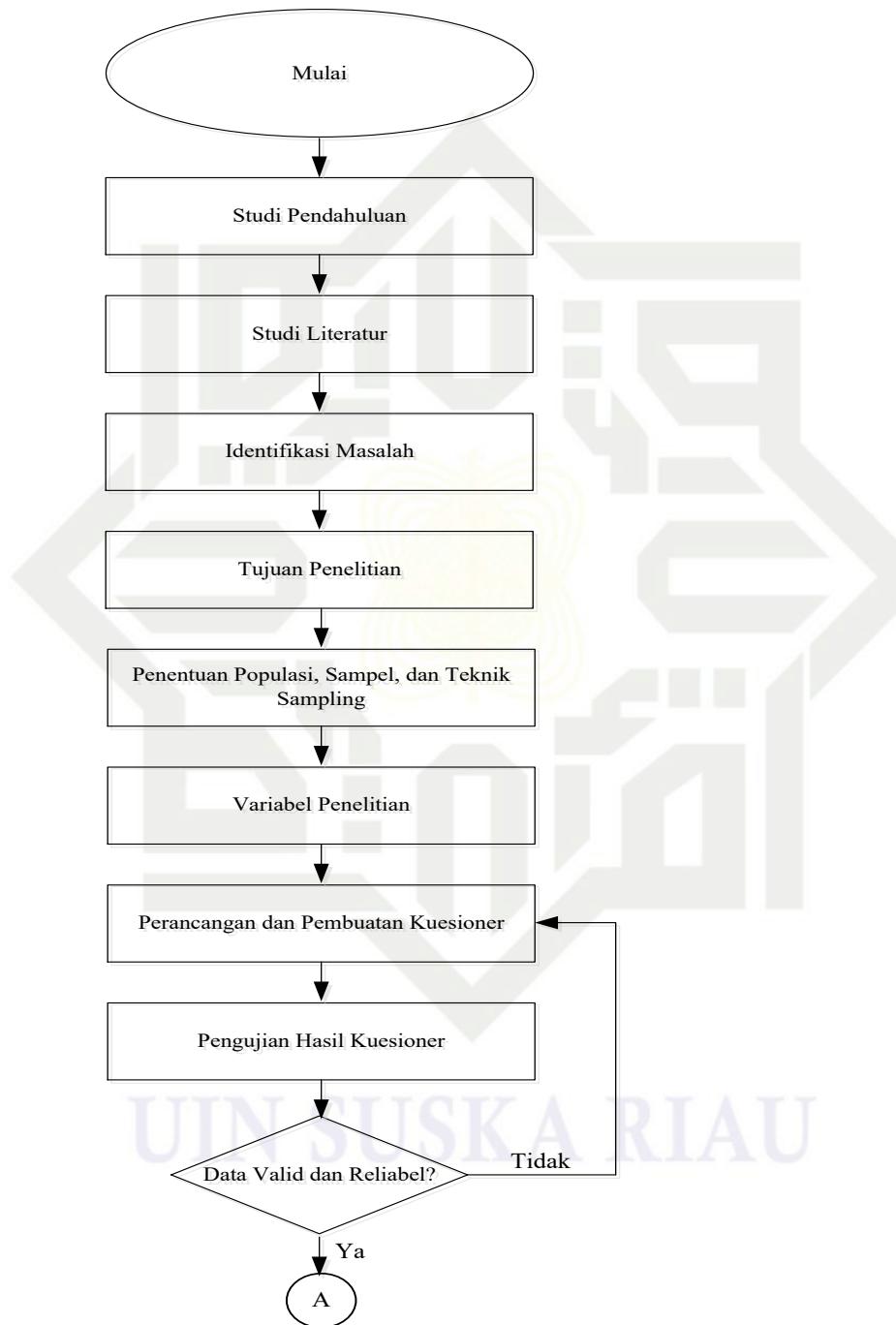
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

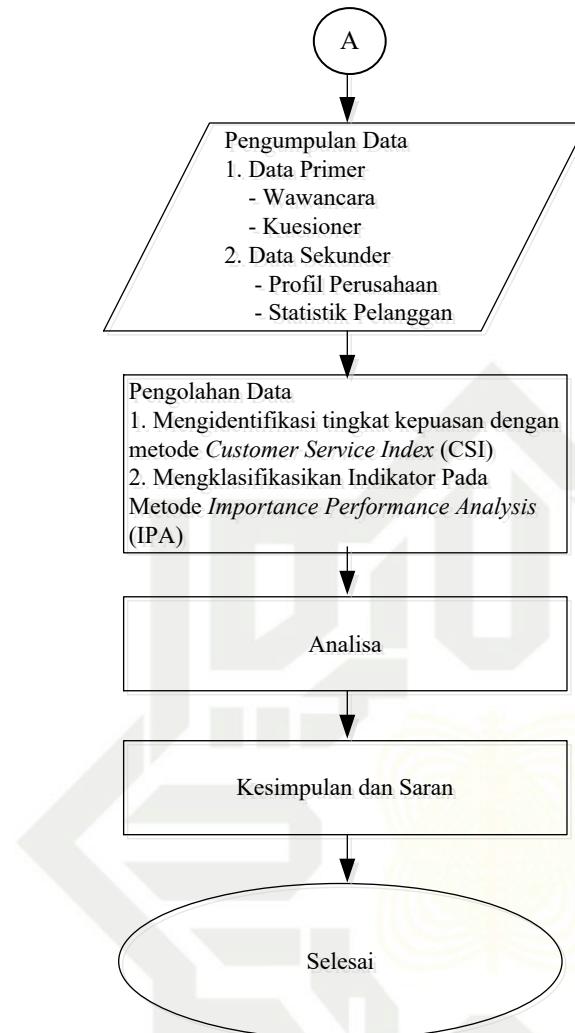
Metodologi penelitian berisikan alur dan tahapan penelitian. Alur dan tahapan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1



Gambar 3. 1 Flowchart Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbarui sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3. 2 Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)

3.1 Studi Pendahuluan

Penelitian ini dimulai dengan observasi terhadap kondisi di lapangan, terutama di Coffee Shop Ampalu, yang mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Studi pendahuluan dilakukan melalui wawancara informal dengan pengelola dan pelanggan untuk menggali persepsi umum tentang pelayanan yang diberikan. Informasi ini menjadi dasar bagi perumusan masalah penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memahami konsep dasar dan metode yang relevan dengan pengukuran kepuasan pelanggan. Fokus utama adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai alat untuk mengukur tingkat kepuasan secara kuantitatif, serta *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang membantu mengidentifikasi prioritas perbaikan layanan berdasarkan persepsi pelanggan. Penelitian terdahulu dan buku beserta jurnal yang sesuai referensi menjadi sumber utama literatur.

3.3 Identifikasi Masalah

Masalah penelitian dirumuskan berdasarkan temuan awal, yaitu belum adanya evaluasi sistematis tentang tingkat kepuasan pelanggan di *Coffee Shop Ampalu*. Pelanggan sering mengungkapkan kritik terhadap pelayanan, namun tidak ada pengukuran terstruktur untuk mengetahui aspek mana yang perlu ditingkatkan.

3.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berfungsi sebagai pedoman yang jelas dalam mengarahkan fokus dan proses penelitian. Tujuan ini memastikan bahwa penelitian memiliki arah yang terukur dan spesifik, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan kontribusi yang relevan.

3.5 Penentuan Populasi, Sampel, Teknik Sampling

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan *Coffee Shop Ampalu* dalam periode tertentu. Sampel dipilih menggunakan teknik convenience sampling, di mana responden adalah pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner selama periode penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan tertentu. Dalam penelitian ini, diketahui total pelanggan coffeshop Ampalu berdasarkan hasil wawancara berjumlah 50 orang, sehingga total sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N © Hak cipta milik IN Susk Hia

= ukuran populasi
= margin of error (5%)

sehingga,

$$n = \frac{50}{1 + 50(0,05)^2} = 44 \text{ Responden}$$

3.6 Variabel Penelitian

Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini mencakup dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tersebut.

3.7 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator kualitas pelayanan dengan skala Likert 1-5 untuk menilai kepentingan dan kinerja masing-masing indikator. Kuesioner ini diuji coba pada sampel kecil untuk memastikan kejelasan pertanyaan. Setelah finalisasi, kuesioner disebarluaskan secara langsung kepada pelanggan yang dipilih sebagai sampel. Rancangan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kuesioner Penelitian

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
A. Tangible (Penampilan Fisik)						
1	Tempat parkir luas					
2	Ruangan Coffeshop Ampalu memiliki dekorasi yang menarik					
3	Coffeshop Ampalu memiliki tempat yang nyaman					
4	Pegawai Coffeshop Ampalu berseragam rapi					
5	Tata letak meja dan kursi tidak membatasi ruang gerak					
B. Reliability (Keandalan)						
6	Keakuratan dalam perhitungan administrasi oleh pegawai pada saat membayar					
7	Wifi tidak lemot					
8	Waktu untuk menunggu pesanan cepat					
9	Kemampuan pelayanan pegawai dapat dipercaya					
10	Konsisten dalam pelayanan					
C. Responsiveness (Daya Tanggap)						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
11	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam memesan menu					
12	Penanganan keluhan cepat					
13	Kecepatan pelayanan saat membayar					
14	Kecepatan pegawai saat memberikan menu pada pelanggan					
15	Pegawai selalu bersedia menolong pelanggan kapan saja					
D. Assurance (Jaminan)						
16	Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai gambar					
17	Pegawai selalu bersikap sopan kepada pelanggan					
18	Kebersihan makanan dan minuman tanpa adanya kandungan berbahaya					
19	Kemampuan pegawai mengingat menu pesanan pelanggan					
20	Kejujuran pegawai					
E. Empathy (Empati)						
21	Keramahan pegawai ketika pelanggan memesan menu					
22	Kepedulian pegawai terhadap masalah pelanggan					
23	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan					
24	Kemudahan mencari pegawai					
25	Keadilan dalam memberikan pelayanan					

3.8 Pengujian Hasil Kuesioner

Validitas hasil kuesioner diuji dengan membandingkan nilai rhitung terhadap rtabel, sementara reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha guna memastikan konsistensi responden.

3.9 Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui proses wawancara dengan pengelola dan kuesioner kepada pelanggan. Data sekunder meliputi profil perusahaan, statistik pelanggan, dan informasi lain yang relevan.

3.10 Pengolahan Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode CSI untuk menghitung indeks kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Selanjutnya, metode IPA diterapkan untuk memetakan indikator-indikator pelayanan ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, guna menentukan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

3.10.1 Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif dengan pendekatan terstruktur. CSI menggabungkan penilaian pelanggan terhadap kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) suatu layanan atau produk. Langkah pertama dalam metode ini adalah mengumpulkan data melalui kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur kepuasan terhadap setiap indikator pelayanan. Setelah itu, nilai rata-rata dari setiap indikator dikalikan dengan bobot kepentingannya, menghasilkan *Weighted Score*. Nilai CSI kemudian dihitung sebagai persentase dari total skor maksimum. Hasil CSI memberikan gambaran umum tentang tingkat kepuasan, biasanya dikategorikan dalam tingkat seperti sangat puas, puas, atau tidak puas, yang membantu manajemen memahami sejauh mana pelanggan merasa puas secara keseluruhan.

3.10.2 Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk memetakan atribut atau indikator layanan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) yang dirasakan. Hasil *Importance-Performance Analysis* (IPA) divisualisasikan dalam diagram dua dimensi yang terbagi menjadi empat kuadran. Kuadran I (*Keep Up the Good Work*) mencakup atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja tinggi, sehingga harus dipertahankan. Kuadran II (*Concentrate Here*) berisi atribut dengan kepentingan tinggi namun kinerja rendah, menjadikannya prioritas utama untuk perbaikan. Kuadran III (*Low Priority*) adalah atribut dengan kepentingan dan kinerja rendah yang tidak memerlukan banyak perhatian. Sedangkan Kuadran IV (*Possible Overkill*) menunjukkan atribut dengan kepentingan rendah tetapi kinerja tinggi, yang dapat dijadikan sumber penghematan sumber daya.

3.11 Analisa

Hasil pengolahan data dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Interpretasi dilakukan berdasarkan hasil CSI untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, serta hasil IPA untuk menentukan prioritas peningkatan pelayanan.

3.12 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dirumuskan berdasarkan hasil analisis memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi aspek layanan yang memerlukan perbaikan. Saran praktis diberikan kepada pengelola Coffee Shop Ampalu untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan temuan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah :

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Ampalu Coffeshop adalah 66,18%.

2. Faktor yang menurunkan kualitas pelayanan di Ampalu Coffeshop yang harus segera dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah : kenyamanan tempat duduk dan kecepatan pegawai dalam memberikan menu kepada pelanggan

3. Beberapa usulan perbaikan mengenai kualitas pelayanan di Ampalu Coffeshop adalah meningkatkan kenyamanan tempat dengan menambah fasilitas kebersihan dan melakukan pembersihan berkala, mempercepat proses pelayanan, dan memberikan pelatihan kepada pegawai dalam berinteraksi dengan pelanggan

6.2 Saran

Saran penulis terhadap penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penulis menyarankan Ampalu Coffeshop meningkatkan kualitas pelayanan sesuai hasil penelitian yang dilakukan peneliti
2. Agar dapat melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif seperti melalui media sosial dan lainnya
3. Untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan metode atau mempertimbangkan aspek lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Afandi, S. N., Suharto, A., dan Rahayu, J. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode CSI dan IPA. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(07), 204-215.
- Facrureza, D., dan Wong, G. M. (2024). Analisa Customer Experience Soto Kudus Kembang Joyo Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Perfomance Analysis (IPA) Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(10), 2709-2728.
- Helfiana, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Toko Kelontong Bandung Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Iqtisodina*, 7(2), 168-174.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329-339.
- Khakamulloh, M., Mayasari, M., dan Yusup, E. (2020). Analisis pola komunikasi budaya ngopi di komunitas Karawang Menyeduh. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 96-116.
- Madjowa, I. S., Levyda, L., dan Abdullah, S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 184-193.
- Maksum, A., Purbowati, I. S. M., Wijonarko, G., dan Akbar, D. Y. (2022). Prioritas Perbaikan Produk Menggunakan Metode Csi (Customer Satisfaction Index) Dan Ipa (Importance Perfomance Analysis) Di Kafe XYZ Coffee Kota Serang. *Journal of Agricultural and Biosystem Engineering Research*, 3(2), 27-44.
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., dan Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik JIN Suska Riau

- Nasution, R. U., dan Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 21-35.
- Novianti, R., Rahayuniati, R. F., dan Suroto, A. (2023). Penanganan Pascapanen Kopi Robusta Baseh Terhadap Organisme Pengganggu Tanaman: Tinjauan. *Jurnal Agritechno*, 75-84.
- Pradana, E. P., Nugraha, J. T., Mukti, A., dan Widyatoro, S. (2024). Analisis Service Quality dengan Metode Csi Dan Ipa Terhadap Kepuasan Peserta di Bpjs Ketenagakerjaan Kantor Cabang Kendal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 15580-15594.
- Putra, I. K. Y. M., dan Silantara, I. G. G. (2024). Arsitektur Bioklimatik Pada Rancangan Kedai Kopi. *Jurnal Wastuloka*, 2(1), 21-26.
- Ramadhani, D. E., & Rosa, D. V. (2023). Fashion Skena: Kontestasi Tampilan Kaum Muda di Coffee Shop Jember. *Jurnal Studi Pemuda*, 12(1), 66-81.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., dan Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286-295.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., Kembaren, L. B., dan Qhozi, M. D. S. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641-1650.
- Tarehy, J. F., dan Nuswantara, B. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Kalimera Coffee Bar Salatiga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 752-761.

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

Beri tanda centang (✓) pada kotak yang sudah disediakan

Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Umur : <21 Tahun 21-25 Tahun
 26-30 Tahun >30 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
4. Pekerjaan : _____

Kuesioner Kinerja

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
A. Tangible (Penampilan Fisik)						
1	Tempat parkir luas					
2	Ruangan Coffeshop Ampalu memiliki dekorasi yang menarik					
3	Coffeshop Ampalu memiliki tempat yang nyaman					
4	Pegawai Coffeshop Ampalu berseragam rapi					
5	Tata letak meja dan kursi tidak membatasi ruang gerak					
B. Reliability (Keandalan)						
6	Keakuratan dalam perhitungan administrasi oleh pegawai pada saat membayar					
7	Wifi tidak lemot					
8	Waktu untuk menunggu pesanan cepat					
9	Kemampuan pelayanan pegawai dapat dipercaya					
10	Konsisten dalam pelayanan					
C. Responsiveness (Daya Tanggap)						
11	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam memesan menu					
12	Penanganan keluhan cepat					
13	Kecepatan pelayanan saat membayar					
14	Kecepatan pegawai saat memberikan menu pada pelanggan					
15	Pegawai selalu bersedia menolong pelanggan kapan saja					
D. Assurance (Jaminan)						
16	Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai gambar					
17	Pegawai selalu bersikap sopan kepada pelanggan					

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
18	Kebersihan makanan dan minuman tanpa adanya kandungan berbahaya					
19	Kemampuan pegawai mengingat menu pesanan pelanggan					
20	Kejujuran pegawai					
E. Empathy (Empati)						
21	Keramahan pegawai ketika pelanggan memesan menu					
22	Kepedulian pegawai terhadap masalah pelanggan					
23	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan					
24	Kemudahan mencari pegawai					
25	Keadilan dalam memberikan pelayanan					

Kuesioner Harapan

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
A. Tangible (Penampilan Fisik)						
1	Tempat parkir luas					
2	Ruangan Coffeshop Ampalu memiliki dekorasi yang menarik					
3	Coffeshop Ampalu memiliki tempat yang nyaman					
4	Pegawai Coffeshop Ampalu berseragam rapi					
5	Tata letak meja dan kursi tidak membatasi ruang gerak					
B. Reliability (Keandalan)						
6	Keakuratan dalam perhitungan administrasi oleh pegawai pada saat membayar					
7	Wifi tidak lemot					
8	Waktu untuk menunggu pesanan cepat					
9	Kemampuan pelayanan pegawai dapat dipercaya					
10	Konsistensi dalam pelayanan					
C. Responsiveness (Daya Tanggap)						
11	Kecepatan pegawai terhadap pelanggan dalam memesan menu					
12	Penanganan keluhan cepat					
13	Kecepatan pelayanan saat membayar					
14	Kecepatan pegawai saat memberikan menu pada pelanggan					
15	Pegawai selalu bersedia menolong pelanggan kapan saja					
D. Assurance (Jaminan)						
16	Menu makanan dan minuman yang disajikan sesuai gambar					
17	Pegawai selalu bersikap sopan kepada pelanggan					
18	Kebersihan makanan dan minuman tanpa adanya kandungan berbahaya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
19	Kemampuan pegawai mengingat menu pesanan pelanggan					
20	Kejujuran pegawai					
E. Empathy (Empati)						
21	Keramahan pegawai ketika pelanggan memesan menu					
22	Kepedulian pegawai terhadap masalah pelanggan					
23	Pegawai mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan					
24	Kemudahan mencari pegawai					
25	Keadilan dalam memberikan pelayanan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tahun 2006

Tahun 2012

Tahun 2015

Tahun 2018

Nomor Handphone

E-mail

BIOGRAFI PENULIS

Nama Muhammad Yasin lahir di Pulau Kijang pada tanggal 19 Desember 2000 anak dari Ayahanda Massarman dan Ibunda Masrunah . Penulis merupakan anak ke-4 dari 4 bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut ilmu pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut :

memasuki Sekolah MI DDI Pulau Kijang dan menyelesaikan Pendidikan pada tahun 2012

memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Reteh, dan menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2015

memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 01 Reteh, dan menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2018

Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, jurusan Teknik Industri.

085210442013

cingcing82627@gmail.com