

# Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung

Ilham Muhamad, Dede R Oktini  
 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Islam Bandung  
 Bandung, Indonesia  
 Ilham.doff55@gmail.com dedeoktini@yahoo.com

**Abstrack**—The purpose of this study was to determine the service differentiation offered by *Rustic Coffee Jl Karapitan No.2 Bandung*, to find out the responses of respondents regarding the service differentiation offered, to find out the responses of respondents regarding Consumer Loyalty, to determine the effect of service differentiation on Consumer Loyalty. The research method used is a survey method, this type of research is descriptive verification. The sampling technique used was accidental sampling. The population in this study were 100 respondents who had visited Rustic Coffee. Data collection techniques used were questionnaires. Data analysis method used is a simple linear analysis to determine the direction of the relationship between the independent variable (X) with the dependent variable (Y). The results of this study stated that the differentiation of services offered was not optimal and needed to be improved in several sectors. Respondents regarding the differentiation of services offered by *Rustic Coffee Jl Karapitan No.2 Bandung* in the sufficient category. Respondents' responses regarding consumer loyalty to *Rustic Coffee Jl Karapitan No.2 Bandung* in the sufficient category. There is a significant influence between service differentiation on consumer loyalty on *Rustic Coffee Jl Karapitan No.2 Bandung*.

**Keywords**—*service differentiation, customer loyalty.*

**Abstrak**—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Diferensiasi pelayanan yang ditawarkan *Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung*, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Diferensiasi pelayanan yang ditawarkan, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Loyalitas Konsumen, untuk mengetahui besar pengaruh Diferensiasi pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden yang telah mengunjungi Kopi Rustic. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa diferensiasi pelayanan yang ditawarkan belum optimal dan perlu di perbaiki pada beberapa sektor. Tanggapan responden mengenai diferensiasi pelayanan yang ditawarkan *Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung* dalam kategori cukup. Tanggapan responden mengenai Loyalitas

konsumen pada *Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung* dalam kategori cukup. Terdapat pengaruh cukup besar antara diferensiasi pelayanan terhadap Loyalitas konsumen *Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung*.

**Kata kunci**—*diferensiasi pelayanan, Loyalitas konsumen*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha kuliner sekarang semakin marak di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan dan keinginan konsumen semakin meningkat terutama dalam sekmen kuliner, menjadikan tingkat persaingan di dunia usaha semakin ketat. Sehingga masing-masing jenis usaha harus bersaing untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Apalagi, mayoritas wirausahawan Indonesia tak segan mencoba berbagai macam usaha layanan restoran maupun *caffé*.

Bisnis kuliner di Indonesia terus bergerak maju. Hampir di tiap-tiap sisi jalan, kita bisa dengan mudah menemui mereka. Mulai dari franchise yang terus menjaring bisnis merekahingga bercabang, hingga pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) yang tak terhitung jumlahnya. Sehingga sektor kuliner menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam roda ekonomi nasional seiring berjalannya waktu.

Salah satunya diantaranya adalah kopi rustic, Salah satu kedai kopi di kota Bandung yang saat ini telah berkecimpung dalam bisnis *coffe shop* dan menawarkan keunggulan yang berbeda dari *coffee shop* lain yaitu memberikan layanan *live music* untuk pengunjung yang telah datang sehingga menambah kenyamanan dan nilai tambah bagi *coffee shop* tersebut. Kualitas produk dan juga pelayanan menjadi unggulan bagi kopi rustic untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Kopi rustic melakukan diferensiasi pelayanan dengan melatih para barista nya untuk cepat dan tanggap dalam melayani konsumennya, seperti menjelaskan detail produknya pada konsumen dan berkomunikasi agar dapat lebih dekat sehingga membuat konsumen nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Namun fenomena yang terjadi di lapangan banyak

sekali konsumen yang sangat merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak kopi rustic, Hal tersebut yang menjadi keluhan dari beberapa konsumen, seperti keluhan yang diungkapkan oleh Fransisca Herawan bahwa pelayanannya kurang ramah, Gian ginanjar mengatakan pelayanan kurang memuaskan, barista kurang terampil, sedangkan menurut Rendy Pratamadi mengatakan tempat kurang nyaman, dan menurut Bagus bambang mengatakan bahwa tempatnya terlalu berisik.

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : “Adakah terdapat pengaruh Diferensiasi pelayanan terhadap Loyalitas konsumen di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung?”, selanjutnya, dengan tujuan dalam penelitian ini diuraikan sbb:

1. Untuk mengetahui penerapan differensiasi pelayanan di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung.
2. Untuk mengetahui Tanggapan Konsumen Mengenai differensiasi pelayanan di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung.
3. Untuk mengetahui Tanggapan Konsumen mengenai loyalitas konsumen di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh differensiasi pelayanan terhadap loyalitas konsumen di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung

## II. LANDASAN TEORI

### Diferensiasi pelayanan

Menurut Lovelock, et al. (2010). Diferensiasi pelayanan merupakan perbedaan jenis jasa yang diberikan dari pihak perusahaan terhadap konsumennya yang dapat dibandingkan perbedaannya dengan perusahaan lainnya.

Diferensiasi pelayanan adalah suatu bentuk peningkatan pelayanan dan mutu dimana di dalamnya terkandung nilai yang berbeda dalam memberikan penawaran pelayanannya kepada pelanggan (Kotler dan Susanto, 2016).

#### Dimensi Diferensiasi pelayanan (x)

1. Kemudahan Pemesanan
2. Pengiriman
3. Pemasangan
4. Pelatihan konsumen
5. Konsultasi konsumen
6. Pelayanan Perbaikan

### Loyalitas Konsume

Menurut Lovelock, et al. (2010:76) mengatakan bahwa Loyalitas digunakan dalam konteks bisnis, untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya.”

Menurut Griffin (2012:13) Loyalitas Konsumen

merupakan seorang konsumen yang loyal atau setia dia akan menunjukkan perilaku pembelian yang cenderung dipengaruhi oleh kesadaran penuh dan pertimbangan akan pembuatan keputusan pembelian.

Menurut Griffin (2012:13) terdapat tiga indikator Loyalitas Konsumen terdiri dari:

1. Melakukan pembelian ulang secara berkala (Makes regular repeat purchases)
2. Membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama (purchases across product and service lines)
3. Merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain (refers other)

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Coffee Shop Kopi Rustic Karapitan melakukan Diferensiasi Pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan Loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan maksimal yang berguna untuk meningkatkan sebuah kenyamanan dan kepercayaan konsumen, kemudian Diferensiasi Pelayanan yang bertujuan untuk mendongkrak penjualan dan mampu bersaing dengan para pesaing. Responden dalam penelitian ini di sajikan secara umum yang berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendapatan dengan jumlah sample 100 responden berumur <20 tahun sebanyak 24 orang dengan presentase sebesar 24%, responden berumur 21-30 tahun sebanyak 32 orang dengan presentase sebesar 32%, responden berumur antara 31-40 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 21%, responden berumur antara 41-50 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 20%, responden yang berumur >50 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3%.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Diferensiasi pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang diuji menggunakan teknik analisis koefisiensi korelasi (R), Koefisiensi determinasi (R square) dan pengujian hipotesis menggunakan uji persial (uji-t), hasil pengujian di jelaskan pada table berikut :

Hasil *R Square* = 0,543. Angka tersebut dapat diartikan bahwa variabel Diferensiasi pelayanan dapat dijelaskan

TABEL 1.1 MODEL SUMMARY

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.543	.556	3.70328

a. Predictors: (Constant), X1

oleh variabel loyalitas konsumen.

sebesar 54,3%, yang diperoleh dari  $0,543 \times 100\%$ , artinya loyalitas konsumen dipengaruhi oleh 1 Diferensiasi pelayanan sebesar 54,3% sedangkan sisanya sebesar 45,7%

dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti desain produk, kualitas produk, dan acuan lainnya

TABEL 1.2 PENGUJIAN HIPOTESIS UJI-T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.294	.274		8.059	.000
	X1	.0685	.059	.115	5.149	.000

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji t variabel layanan purna jual didapatkan hasil sebesar 5,149, dengan demikian thitung > ttabel, dikarenakan 5,149 > 1,984 dan dengan probabilitas 0.000 < 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi pelayanan terhadap loyalitas konsumen di kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Diferensiasi pelayanan terhadap Loyalitas konsumen di di Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan di Kopi Rustic Jl Karapitan No.2 Bandung, terdiri dari Akses kemudahan pemesanan dan sistem informasi sudah cukup baik baik. Namun dalam hal kualitas ketepatan dan kecepatan pengiriman belum cukup baik.
2. Tanggapan responden terhadap Diferensiasi pelayanan yang dilakukan oleh Kopi Rustic bandung hingga saat ini berjalan cukup baik, Namun masih ada juga responden yang kurang puas terhadap Diferensiasi pelayanan yang diberikan oleh Kopi Rustic seperti Kecepatan dan ketepatan pengiriman produk yang kurang baik dikarenakan barista yang bekerja masih tergolong baru.
3. Loyalitas Konsumen pada Kopi Rustic bandung berdasarkan tanggapan responden termasuk pada kategori cukup baik, walaupun beberapa responden paling sedikit membeli produk lain dari Kopi Rustic .

4. Terdapat pengaruh antara Diferensiasi Pelayanan Terhadap Loyalitas konsumen di Kopi Rustic Bandung, dengan tingkat pengaruh Diferensiasi Pelayanan sebesar 54,3% terhadap Loyalitas Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

V. SARAN

Dari kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang penulis ajukan yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, diantaranya yaitu:

1. Dalam melakukan Diferensiasi pelayanan di Kopi Rustic bandung memang sudah baik. Namun ada yang perlu di perhatikan dalam aspek ketepatan pengiriman. Kemudian dalam memberdayakan karyawan harus dengan standar pelayanan yang baik.
2. Dalam menanggulangi respon negative dari konsumen, Pihak Kopi Rustic perlu meningkatkan kembali kinerja pelayanan nya baik dari peningkatan pelayanan, sehingga memberikan kenyamanan kepada konsumen.
3. Untuk menanggulangi tingkat loyalitas konsumen yang buruk, kopi Rustic harus memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga memicu loyalitas konsumen yang baik.
4. Untuk memaksimalkan kembali penjualan Produk di Kopi Rustic maka Kopi Rustic harus meningkatkan strategidiferensiasi sehingga kualitas pelayanan menjadi lebih baik lag sehingga konsumen yang loyal pun tidak akan terpengaruh dengan produk pesaing dan juga menyarankan produk Kopi Rustic kepada konsumen lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

[2] Lovelock, Christopher. et. Al, (2010), *Pemasaran Jasa*, Edisi 7, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.

[3] Griffin, Jill. 2012. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelangan*, Jakarta: penerbit Erlangga.