

Kajian Hubungan antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen

The Study Relation between Yellow Truck Coffee's Service Quality with The Customer Satisfaction

¹Yuliana, ²M. Rochim

^{1,2}Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹indrihamdani17@gmail.com, ²mrochim5571@gmail.com

Abstract. Coffee is a beverage that must be presented in the morning as complementary breakfast, especially for adults. Along with the times, where coffee tops the list for everyone. At this point, modern coffee shop finally born a coffee shop with different types of coffee offered must have advantages as well as differences in taste, menu variety, as well as the way they are presented. Apart from that vantage point, low prices, and good service helped selling the sweetness of a coffee shop. Many expectations of the owners of the coffee shop, the most primary is that many consumers and the good name of the company is also highly coveted by the owners of the coffee shop. Every coffee shop owners also want every employee to provide maximum service to its customers. Consumers, too, they are expecting a very good service from the coffee shop they visit. One coffee shop in Bandung this latter is the latest rage Yellow Truck Coffee. The increasing popularity of Yellow Truck Coffee is certainly influenced by the presence of widespread information, from one corner to the other corner. The coffee shop is always crowded in the visit, coupled with a superior blend of coffee, the more make customers want to come back and buy their products, because of course the coffee shop is a coffee shop searched affordable by students and young people. In this research study on "Is there a Relationship Between Service Quality Yellow Truck Coffee with Consumer Satisfaction?". The purpose of this study was to see whether there is a Relationship Between Service Quality Yellow Truck Coffee with Consumer Satisfaction. Correlational method used in this study, the population in this study is that consumers who've been to Yellow Truck Coffee with a sample of 95 respondents. While research data retrieval technique is done through questionnaires, interviews, and literature. The results of the discussion in this study is there Relationship Between Service Quality Coffee with a yellow Truck Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak. Kopi merupakan minuman yang wajib disajikan di pagi hari sebagai pelengkap sarapan pagi, khususnya bagi para orang dewasa. Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan kopi menempati urutan teratas bagi semua orang. Di titik inilah kedai kopi modern akhirnya lahir sebuah *coffee shop* dengan jenis kopi yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan pada rasa, ragam menu, serta cara penyajiannya. Selain dari itu tempat yang strategis, harga yang murah, serta pelayanan yang bagus turut membantu laris manisnya suatu kedai kopi. Banyak harapan dari para pemilik *coffee shop*, yang paling primer adalah konsumen yang banyak dan nama baik perusahaan juga sangat didambakan oleh para pemilik *coffee shop*. Setiap para pemilik *coffee shop* juga menginginkan setiap karyawannya memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya. Konsumen pun demikian, mereka sangat mengharapkan pelayanan yang sangat baik dari *coffee shop* yang mereka kunjungi. Salah satu kedai kopi di Bandung yang belakangan ini tengah digemari adalah Yellow Truck Coffee. Meningkatnya popularitas Yellow Truck Coffee tentunya dipengaruhi oleh adanya informasi yang menyebarluas, dari satu penjuru ke penjuru lainnya. *Coffee shop* ini selalu ramai di kunjungi, ditambah lagi dengan racikan kopi yang unggul, semakin membuat pelanggannya ingin datang dan membeli produknya kembali, karena tentunya *coffee shop* yang banyak dicari adalah *coffee shop* yang terjangkau oleh kalangan mahasiswa dan anak muda. Pada penelitian ini diteliti mengenai "Apakah terdapat Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen?". Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode Korelasional, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Yellow Truck Coffee dengan sampel sebanyak 95 responden. Sedangkan teknik pengambilan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket, wawancara, dan kepustakaan. Hasil dari pembahasan dalam penelitian ini adalah terdapat Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

A. Pendahuluan

Bagi kebanyakan orang, kopi merupakan minuman yang wajib disajikan di pagi hari sebagai pelengkap sarapan pagi, khususnya bagi para orang dewasa. Seiring dengan perkembangan zaman, dihasilkanlah ide untuk menambah rasa kopi dengan krim dan pemanis. Hal inilah yang membuat kopi semakin digemari, sejak dahulu kedai kopi atau biasa disebut dengan *coffee shop* menempati urutan teratas bagi semua orang, dengan alasan itu manusia tidak dapat melepaskan kebiasaannya untuk minum kopi.

Di titik inilah kedai kopi modern akhirnya lahir. Industri *coffee shop* adalah sebuah industri yang hampir tidak pernah mati. Untuk membuat sebuah *coffee shop* terlihat menarik, maka pada produk dan jenis kopi yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan pada rasa, ragam menu, serta cara penyajiannya. Selain dari itu tempat yang strategis, harga yang murah, serta pelayanan yang bagus turut membantu laris manisnya suatu kedai kopi. Hingga saat ini perkembangan *coffee shop* terus terjadi di seluruh belahan dunia. Di Bandung sendiri banyak bertumbuh *coffee shop* independen yang menyajikan kopi dan membangun *coffee shop* dengan konsep yang berbeda-beda. Penyajian kopi yang nikmat dan unik dengan berbagai racikan kopi-kopi berbasis espresso.

Banyak harapan dari para pemilik *coffee shop*, yang paling primer adalah konsumen yang banyak, karena konsumen adalah tambang emas bagi para pemilik *coffee shop*, nama baik perusahaan juga sangat didambakan oleh para pemilik *coffee shop*, karena memang hal itu akan sangat berkorelasi dengan meningkatnya jumlah konsumen. Setiap para pemilik *coffee shop* juga menginginkan setiap karyawannya memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya. Konsumen pun demikian, mereka sangat mengharapkan pelayanan yang sangat baik dari *coffee shop* yang mereka kunjungi, selain untuk mengisi perut atau hanya sekedar bersantai, karena kenyamanan dan kenikmatan racikan kopi yang enak bagi konsumen adalah nilai positif untuk *coffee shop* tersebut.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis, memberikan saran sebagai salah satu sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

B. Landasan Teori

Kajian ini menggunakan teori kualitas pelayanan karena dalam meningkatkan kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting dalam perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen dan menjadi perusahaan yang unggul. Perusahaan harus memberikan nilai tambah agar memiliki daya saing yang tinggi dan dapat mempertahankan serta meningkatkan pendapatan, maka reputasi perusahaan bergantung pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Karena konsumen merupakan aset perusahaan yang harus dikelola dengan baik terhadap suatu organisasi bisnis, dapat pula dikatakan bahwa tanpa konsumen bisnis tidak dapat berjalan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional. Menurut (Rakhmat, 2012:31). Dalam penelitian ini, penulis dapat mengetahui hubungan variabel satu terhadap variabel lainnya yang meliputi analisis hubungan kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui pengujian hipotesis.

Populasi adalah sekumpulan atau keseluruhan objek yang akan diteliti (Rakhmat, 2012:78). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung atau konsumen yang pernah berkunjung ke Yellow Truck Coffee yang jumlah populasinya dalam

penelitian ini adalah berjumlah 2.094 orang pada bulan Agustus. Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri. Sampel merupakan bagian yang diamati dari sekumpulan objek penulisan (populasi) dengan tujuan untuk menghemat biaya dan waktu. (Rakhmat, 2012:78). Maka yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung sebagian dari pengunjung atau konsumen yang pernah berkunjung ke Yellow Truck Coffee, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling random sederhana dengan menggunakan rumus Slovin. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 95 responden.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut “Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen. Selanjutnya, rumusan permasalahan diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara *tangibles* dari kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen ?”
2. Apakah terdapat hubungan antara *reliability* dari kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen ?”
3. Apakah terdapat hubungan antara *responsiveness* dari kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen ?”
4. Apakah terdapat hubungan antara *assurance* dari kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen ?”
5. Apakah terdapat hubungan antara *empathy* dari kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen ?”

Dari kelima identifikasi masalah tersebut, maka hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut :

1. **Variabel (X) dengan (Y)**, dari hasil penghitungan koefisien korelasi diperoleh $> r_{\text{tabel}} = 0,1689$, maka dapat disimpulkan jika ada hubungannya antara kualitas pelayanan Yellow Truck Coffee dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan nilai korelasinya yang positif maka dapat diketahui jika kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen, jadi jika kualitas pelayanan bagus maka konsumen pun akan semakin puas begitu pun sebaliknya jika kualitas pelayanan jelek maka kepuasan konsumen pun rendah.
2. **Variabel (X1) dengan (Y)**, dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh $> r_{\text{tabel}} = 0,1689$, maka dapat disimpulkan jika ada hubungannya antara *tangibles* (X1) dengan kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan nilai korelasinya yang positif maka dapat diketahui jika *tangibles* berbanding lurus dengan kepuasan konsumen, jadi jika *tangibles* bagus maka konsumen pun akan semakin puas begitu pun sebaliknya jika *tangibles* jelek maka kepuasan konsumen pun rendah.

Hal ini berarti, jika *tangibles* bagus maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin bagus begitu pun sebaliknya jika *tangibles* jelek maka tingkat kepuasan konsumen jelek. Hal ini juga berarti bahwa konsumen Yellow Truck Coffee pada periode Agustus 2016 mengakui jika *tangibles* mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen.

3. **Variabel (X2) dengan (Y)**, dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh $< r_{\text{tabel}} = 0,1689$, maka dapat disimpulkan jika tidak ada hubungannya antara

reliability (X2) dengan kepuasan konsumen (Y). Atau bisa disebut juga jika *reliability* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang tidak signifikan atau dengan kata lain hubungannya itu tidak berarti.

Hal ini berarti, jika *reliability* bagus maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin bagus begitu pun sebaliknya jika *reliability* jelek maka tingkat kepuasan konsumen jelek. Tetapi karena nilai dari koreasinya yang kecil maka dapat dikatakan jika hubungan antara *reliability* dengan kepuasan konsumen itu tidak berarti. Atau dengan kata lain konsumen Yellow Truck Coffee pada periode Agustus 2016 tidak mengakui jika *reliability* mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen.

4. **Variabel (X3) dengan (Y)**, dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1689$, maka dapat disimpulkan jika tidak ada hubungannya antara *responsiveness* (X3) dengan kepuasan konsumen (Y). Atau bisa disebut juga jika *responsiveness* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang tidak signifikan atau dengan kata lain hubungannya itu tidak berarti.

Hal ini berarti, jika *responsiveness* memiliki hubungan yang negatif atau berkebalikan dengan kepuasan konsumen. Misalnya saja jika *responsiveness* bagus maka tingkat kepuasan konsumen akan jelek begitu pun sebaliknya jika *responsiveness* jelek maka tingkat kepuasan konsumen akan bagus. Tetapi karena nilai mutlak dari koreasinya yang kecil maka dapat dikatakan jika hubungan antara *responsiveness* dengan kepuasan konsumen itu tidak berarti. Atau dengan kata lain konsumen Yellow Truck pada periode Agustus 2016 tidak mengakui jika *responsiveness* mempunyai hubungan negatif yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen.

5. **Variabel (X4) dengan (Y)**, dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1689$ maka dapat disimpulkan jika tidak ada hubungannya antara *assurance* (X4) dengan kepuasan konsumen (Y). Atau bisa disebut juga jika *assurance* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang tidak signifikan atau dengan kata lain hubungannya itu tidak berarti.

Hal ini berarti, jika *assurance* memiliki hubungan yang negatif atau berkebalikan dengan kepuasan konsumen. Misalnya saja jika *assurance* bagus maka tingkat kepuasan konsumen akan jelek begitu pun sebaliknya jika *assurance* jelek maka tingkat kepuasan konsumen akan bagus. Tetapi karena nilai mutlak dari koreasinya yang kecil maka dapat dikatakan jika hubungan antara *assurance* dengan kepuasan konsumen itu tidak berarti. Atau dengan kata lain konsumen Yellow Truck pada periode Agustus 2016 tidak mengakui jika *assurance* mempunyai hubungan negatif yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen.

6. **Variabel (X5) dengan (Y)**, dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1689$ maka dapat disimpulkan jika tidak ada hubungannya antara *empathy* (X5) dengan kepuasan konsumen (Y). Atau bisa disebut juga jika *empathy* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang tidak signifikan atau dengan kata lain hubungannya itu tidak berarti.

Hal ini berarti, jika *empathy* bagus maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin bagus begitu pun sebaliknya jika *empathy* jelek maka tingkat kepuasan konsumen jelek. Tetapi karena nilai dari koreasinya yang kecil maka dapat dikatakan jika hubungan antara *empathy* dengan kepuasan konsumen itu tidak berarti. Atau dengan kata lain konsumen Yellow Truck pada periode Agustus 2016 tidak mengakui jika *empathy* mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen.

D. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis terhadap bab data yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada 95 responden serta pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut :

“Terdapat hubungan positif Antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen”

Daftar Pustaka

- Brata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Gramedia.
- Gani, Abdul. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia.
- J. Supranto. 2000. *Statistik (Teori dan Aplikasi), Edisi Keenam*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- LeBoeuf, Michael. 1992. *Memenangkan dan Memelihara Pelanggan*. Jakarta : PT. Pustaka Tangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sitinjak, Toni. Dkk. 2004. *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Costumer Value*. Jakarta : PT. Gramedia Pustakan Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran offset Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi offset Edisi ke dua.
- Umar, Husain. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. : PT. Gramedia Pusat.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : PT. Prenadamedia Group.
- Zeithaml dan Bitner. 2003. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, 3rd edition*. Boston : Mc GrowHill/Irwin.