

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI *CAFÉ ONE REFINERY* KOTA PEKANBARU

Ivan Ramadhan Utomo¹⁾, Rendra Wasnury²⁾, Henni Noviasari²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email: ivanramadhanutomo@gmail.com

Customers Satisfaction Analysis at One Refinery Café in Pekanbaru City

ABSTRACT

This research has the aim of determine the consumer satisfaction index and strategies to improve the service quality of Café One Refinery Pekanbaru City. The population in this study includes all visitors to Café One Refinery Pekanbaru City, totaling 100 people. The sample was determined using purposive sampling method. In this study, the sample studied used a questionnaire. Hypothesis testing in this study uses CSI (Customers Satisfaction Index) analysis and IPA (Importance Performance Analysis) analysis with the help of the SPSS program. The results showed that the overall consumer satisfaction index given by Café One Refinery Pekanbaru City was "Very Satisfied" based on the results of calculations from the CSI method with a value of 85.91%. Based on the results of the calculation of the IPA method with a value of 97.77%. Then, the strategy to improve the service quality of Café One Refinery Pekanbaru City is prioritized on 3 indicators as follows: Locations that are easy to find (IPA-Indicator 1); Easy access to parking lots (IPA-Indicator 2); Presentation of orders in accordance with the time promised (IPA- Indicator 18).

Keywords: customers satisfaction, customers satisfaction index (csi), importance performance index (ipa)

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang sedang trend dan digemari saat ini yaitu bisnis kuliner atau yang lebih dikenal sekarang dengan sebutan bisnis *Food and Beverage* (F&B). Situasi ini menyebabkan persaingan dalam bisnis kuliner menjadi ketat, setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan berbagai macam produk makanan dan minuman yang unik dan inovatif serta memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri dibandingkan para pesaing.

Hal ini dapat dilihat berdasarkan perkembangan industri ini beberapa tahun terakhir. Dikutip dari kontan.co.id, Pada tahun 2019, tawaran waralaba banyak bermunculan dari sektor *food and beverage* (F&B), terutama untuk jenis kedai kopi. Bukan hanya kopi, minuman kekinian boba, *cheese tea*, *Thai Tea* juga tak kalah melejit pada tahun 2019. Levita Supit selaku Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) menuturkan kepada Tim kontan.co.id bahwa "Sampai saat ini *food and beverage* masih

mendominasi. Hal ini dilihat dari kemitraan yang bermunculan dari sektor *F&B*, baik kuliner baru atau kuliner lama yang mengeluarkan produk baru. Nah ini artinya bisnis kuliner masih menduduki peringkat atas, masyarakat masih respon baik kuliner yang ada di market". Hal serupa juga disampaikan oleh Konsultan bisnis dan waralaba *DK Consulting* Djoko Kurniawan, "Kuliner akan tetap menjadi primadona tahun 2020. Kuliner punya daya tarik yang sangat kuat karena market Indonesia yang sangat besar. Penduduk Indonesia yang sangat besar membuka peluang usaha kuliner sangat menjanjikan jika dikelola secara baik dan benar".

Usaha kuliner mampu menarik pelanggan dan memberi rasa puas kepada pelanggan apabila memperhatikan aspek kualitas dari sebuah produk seperti cita rasa dan manfaat dari sebuah produk. Selain itu tidak hanya memperhatikan kualitas produk saja kualitas pelayanan juga sangat penting. Kualitas layanan adalah persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan, jika kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas. Menurut Lupiyoadi (2013), kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan

purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk (Putro et al, 2014). Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Sebenarnya ada beberapa definisi yang berhubungan dengan kualitas, tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa kualitas atau mutu adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai atau *customer* dan diperoleh melalui pengukuran serta melalui perbaikan yang berkelanjutan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan atau *service* adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh

dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

a. Dimensi kualitas pelayanan SERVQUAL

Menurut Parasuraman et al (1998) dalam Tjiptono dan Chandra (2016), studi mengenai SERVQUAL memiliki 5 dimensi yaitu sebagai berikut:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik
- b. *Reliability* atau keandalan
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian
- e. *Empathy*

Kepuasan Konsumen

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Pelanggan dalam pandangan tradisional adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan.

Tingkat kepuasan menjadi fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sedangkan pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009), Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan puas. jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan

sangat puas atau senang. Selanjutnya menurut

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu tindakan, perilaku dan perasaan seseorang setelah melakukan pembelian ataupun mengkonsumsi suatu barang atau jasa, tindakan yang terjadi setelah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dapat menimbulkan respon emosional yang dapat mempengaruhi nilai dari barang atau jasa tersebut. Apabila seseorang mengonsumsi suatu barang dan menimbulkan respon yang negatif ataupun kecewa maka akan memberikan penilaian yang rendah terhadap barang atau jasa tersebut dan begitupula kebalikannya, maka hal ini akan sangat mempengaruhi kinerja suatu bisnis.

Kerangka Penelitian

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber : Modifikasi Parasuraman, et.al dalam Irma dan Nurafni (2017)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di *Café One Refinery* yang beralamat di Jalan Delima no. 6 Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di *Café One Refinery* Kota Pekanbaru. Adapun cara yang digunakan peneliti

dalam penarikan sampel adalah dengan penarikan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* menggunakan rumus *lamshow*, setelah dilakukan perhitungan maka sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dengan metode *Costumers Satisfaction Index* dan *Importance performance Analysis*.

HASIL DAN PEMBAHSAN

1. *Customers Satisfaction Index* (CSI)

Tabel 1 Hasil Analisis CSI dan Rentang Skala Interval Kualitas Peelayanan

Pertanyaan	Nilai Harapan Pelayanan (MIS)		Nilai Kinerja Pelayanan (MSS)		Nilai Weight Factor (WF)	Nilai Weight Score (WS)	Nilai CSI
	Jumlah Nilai Yi	Nilai MIS Yi	Jumlah Nilai xi	Nilai MSSi			
1	453	4,53	380	3,8	5,43%	20,62	85,91
2	449	4,49	368	3,68	5,38%	19,79	
3	441	4,41	445	4,45	5,28%	23,51	
4	436	4,36	446	4,46	5,22%	23,29	
5	442	4,42	445	4,45	5,29%	23,56	
6	442	4,42	444	4,44	5,29%	23,51	
7	441	4,41	445	4,45	5,28%	23,51	
8	434	4,34	438	4,38	5,20%	22,77	
9	435	4,35	419	4,19	5,21%	21,83	
10	434	4,34	436	4,36	5,20%	22,66	
11	431	4,31	396	3,96	5,16%	20,44	
12	431	4,31	403	4,03	5,16%	20,80	
13	443	4,43	451	4,51	5,31%	23,93	
14	442	4,42	449	4,49	5,29%	23,77	
15	442	4,42	445	4,45	5,29%	23,56	
16	429	4,29	430	4,3	5,14%	22,09	
17	440	4,4	455	4,55	5,27%	23,98	
18	441	4,41	423	4,23	5,28%	22,34	
19	443	4,43	445	4,45	5,31%	23,61	
	8349	83,49	8163	81,63	100,00%	429,57	

Berdasarkan tabel *customer satisfaction index* didapat nilai CSI sebesar 85,91% yang berada pada rentang skala 81% - 100% dinyatakan pelanggan *Cafe One Refinery* Kota Pekanbaru sangat Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan, akan tetapi hal tersebut belum mencapai maksimal, pihak *café* harus lebih giat lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan

agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi secara keseluruhan.

2. *IPA (Importance Perfomance Analysis)*

Indeks Kepuasan Konsumen *Café One Refinery* kota Pekanbaru dapat diketahui dengan melihat tingkat kesesuaian antara Harapan Pelanggan dengan Kinerja dari *Café One Refinery* kota Pekanbaru.

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian secara keseluruhan dari 19 indikator pada dimensi Kualitas Layanan maka diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 97,77%. Artinya secara keseluruhan tingkat harapan pelanggan lebih tinggi dari kinerja Kualitas Layanan yang diberikan *Café One Refinery* kota Pekanbaru. Namun apabila dianalisis satu persatu indikator Kualitas Layanan yang digunakan, maka akan terlihat indikator yang memiliki tingkat kesesuaian kinerja yang rendah.

Berikut analisis per-indikator Kualitas Layanan berdasarkan Metode IPA sebagai berikut :

1. *Tangible – Lokasi yang mudah di temukan.*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 83,89% dengan nilai Gap sebesar - 16,11%.

2. *Tangible – Kemudahan akses lahan parkir.*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 81,96 % dengan nilai Gap sebesar - 18,04%.

3. *Tangible – Suasana Café yang nyaman.*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,91 % dengan nilai Gap sebesar 0,91%.

4. *Tangible* – Dekorasi ruangan yang menarik.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 102,29 % dengan nilai Gap sebesar 2,29%.

5. *Tangible* – Peralatan makan lengkap dan bersih.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,68% dengan nilai Gap sebesar 0,68%.

6. *Tangible* – Penampilan karyawan rapi dan profesional.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,45 % dengan nilai Gap sebesar 0,45%.

7. *Empathy* – Komunikasi antara karyawan dengan konsumen terjalin dengan baik.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,91 % dengan nilai Gap sebesar 0,91%.

8. *Empathy* – Jam kerja sesuai dengan jadwal operasional.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,92 % dengan nilai Gap sebesar 0,92%.

9. *Empathy* – Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 96,32 % dengan nilai Gap sebesar - 3,68%.

10. *Empathy* – Kesungguhan dalam membeikan pelayanan.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,46 % dengan nilai Gap sebesar 0,46%.

11. *Responsiveness* – Cepat dan tanggap dalam merespon permintaan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 91,88 % dengan nilai Gap sebesar - 8,12%.

12. *Responsiveness* - Memberikan respon yang cepat ketika tempat sudah penuh.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 93,50 % dengan nilai Gap sebesar - 6,50%.

13. *Responsiveness* – Mampu menjawab pertanyaan dengan baik dan jelas.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 101,81 dengan nilai Gap sebesar 1,81.

14. *Assurance* – Keamanan ketika melakukan transaksi.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 101,58% dengan nilai Gap sebesar 1,58%.

15. *Assurance* – Kebersihan dan kehygienisan makanan dan minuman.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,68% dengan nilai Gap sebesar 0,68%.

16. *Assurance* – Bersedia mengganti makanan dan minuman jika tidak sesuai dengan pesanan.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,23% dengan nilai Gap sebesar 0,23%.

17. *Reability* – Kemampuan mengolah makanan dan minuman.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 103,41% dengan nilai Gap sebesar 3,41%.

18. *Reability* – Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

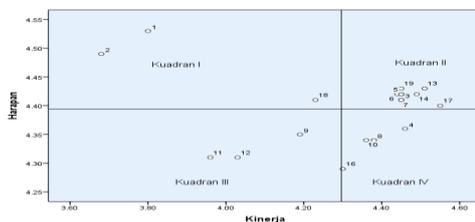
Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 95,92% dengan nilai Gap sebesar 4,08%.

19. *Reability* – Menu yang tersedia sesuai dengan daftar menu.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,45% dengan nilai Gap sebesar 0,45%.

Pemetaan Kuadran Metode IPA (*Importance Perfomance Analysis*)

Gambar 2 Kuadran Kartesius



Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Indikator – indikator yang termasuk kedalam kuadran 1 diantaranya:

- Lokasi yang mudah di temukan (indikator 1)
- Kemudahan akses lahan parkir (indikator 2)
- Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang di janjikan (indikator 18)

Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Indikator – indikator yang termasuk kedalam kuadran 2 diantaranya:

- kenyamanan suasana *Cafe* (indikator 3)

- Peralatan makan lengkap dan bersih (indikator 5)
- Penampilan karyawan rapi dan profesional (indikator 6)
- Komunikasi antara karyawan dengan konsumen terjalin dengan baik (indikator 7)
- Mampu menjawab pertanyaan dengan baik dan jelas (indikator 13)
- Keamanan ketika melakukan transaksi (indikator 14)
- Kebersihan dan ke higienisan makanan dan minuman (indikator 15)
- Kemampuan mengolah makanan dan minuman (indikator 17)
- Menu yang tersedia sesuai dengan daftar menu (indikator 19)

Kuadran 3 (*Low Priority*)

Indikator – indikator yang termasuk kedalam kuadran 3 diantaranya:

- Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial (indikator 9)
- Cepat dan tanggap dalam merespon permintaan pelanggan (indikator 11)
- Memberikan respon yang cepat ketika tempat sudah penuh (indikator 12)

Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Indikator – indikator yang termasuk kedalam kuadran 4 diantaranya:

- Dekorasi ruangan yang menarik (indikator 4)
- Jam kerja sesuai dengan jadwal operasional (indikator 8)
- kesungguhan dalam membeikan pelayanan (indikator 10)
- Bersedia mengganti makanan dan minuan jika tidak sesuai dengan pesanan (indikator 16)

SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di uraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Indeks Kepuasan Dari Layanan Yang Diberikan Oleh *Café One Refinery* Kota Pekanbaru.

A. *Customers Satisfaction Index* (CSI)

Berdasarkan hasil uji *customer satisfaction index* dinyatakan pelanggan *Cafe One Refinery* Kota Pekanbaru sangat Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan, akan tetapi hal tersebut belum mencapai maksimal, pihak *café* harus lebih giat lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi secara keseluruhan.

B. *Importance Perfomance Analysis* (IPA)

Indeks Kepuasan Konsumen *Café One Refinery* kota Pekanbaru dapat diketahui dengan melihat tingkat kesesuaian antara Harapan Pelanggan dengan Kinerja dari *Café One Refinery* kota Pekanbaru. Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian dari 19 indikator pada dimensi Kualitas Layanan, secara keseluruhan tingkat harapan pelanggan lebih tinggi dari kinerja Kualitas Layanan yang diberikan *Café One Refinery* kota Pekanbaru. Namun apabila dianalisis satu persatu indikator Kualitas Layanan yang digunakan, maka akan terlihat indikator yang memiliki tingkat kesesuaian kinerja yang rendah diantaranya yaitu indikator Lokasi

yang Mudah di temukan, indikator Kemudahan akses lahan parkir, indikator Kenyamanan suasana *café*, indikator Kebersihan dan kelengkapan peralatan makan, indikator penampilan karyawan rapi dan profesional, indikator Jam kerja sesuai dengan jadwal operasional, indikator Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial, indikator kesungguhan dalam membeikan pelayanan, indikator Cepat dan tanggap dalam merespon permintaan pelanggan, indikator Memberikan respon yang cepat ketika tempat sudah penuh, indikator kebersihan dan ke higienisan makanan dan minuman, indikator Bersedia mengganti makanan dan minuan jika tidak sesuai dengan pesanan, indikator Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

2. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru

Berdasarkan metode IPA, rekomendasi rekomendasi strategi yang diprioritaskan kepada indikator pelayanan yang berdasarkan hasil pemetaan Kuadran berada pada wilayah Kuadran 1. Sedangkan penjelasan rekomendasi strategi secara lengkap dapat dilihat pada bagian pembahasan hasil penelitian.

Berikut adalah kesimpulan rekomendasi strategi untuk meningkatkan Kualitas Layanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan hasil metode IPA terdapat pada kuadran 1, sedangkan penjelasan rekomendasi strategi secara lengkap dapat dilihat pada bagian pembahsan hasil penelitian.

- a. IPA - Lokasi yang mudah di temukan

Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru dari segi indikator “Lokasi yang mudah ditemukan” yaitu dengan menampilkan lokasi usaha pada aplikasi *google maps* pada aplikasi tersebut pihak *café* memberkan ulasan rinci tentang *café* baik itu foto, no telpon, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan operasional *café*, selanjutnya dengan memasang plang merek yang menarik agar pengunjung mudah menemukan lokasi tersebut, kemudian pihak *café* bisa menggunakan media sosial untuk *memposting* informasi terkait *café* bisa seperti foto, video dan lainnya, mengingatkan hampir seluruh masyarakat sudah menggunakan media sosial. Dalam hal ini, penjelasan secara lengkap dapat dilihat pada bagian Pembahasan Hasil Penelitian.

b. IPA - Kemudahan akses lahan parkir

Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru dari segi indikator “kemudahan akses lahan parkir” yaitu dengan menambahkan lahan parkir yang tidak jauh dari lokasi *café*, kemudian menyediakan juru parkir yang profesional mengingat lahan parkir yang terbatas, keberadaan juru parkir sangatlah dibutuhkan untuk mempermudah memarkirkan kendaraan dengan rapi serta tidak memungut biaya untuk parkir sehingga konsumen merasa puas karena tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan merasa nyaman ketika meninggalkan kendaraannya. Dalam hal ini, penjelasan secara lengkap dapat dilihat pada bagian Pembahasan Hasil Penelitian.

c. IPA – Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan

Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru dari segi indikator “Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan”. Yaitu dengan memberikan *training and development* kepada karyawannya agar dapat bekerja secara *ontime*, dan terbiasa bekerja dalam tekanan yang tinggi kemudian setelah di adakan *training and development* pihak manajemen *café* harus selalu *memonitoring* seluruh kegiatan *café* agar berjalan sesuai *sop* yang berlaku, selanjutnya bagi pelayan dan koki harus berkoordinasi dengan baik guna dapat memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang lamanya waktu mempersiapkan hidangan tersebut, agar konsumen tidak terlalu lama menunggu hidangannya datang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, peneliti menemukan indikasi kelemahan mengenai beberapa indikator pada pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru, oleh karena itu ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan *Café One Refinery* Kota Pekanbaru, masukan secara lengkap telah dijelaskan secara rinci pada bagian pembahasan hasil penelitian. Adapun saran dari peneliti diantaranya :

1. Bagi perusahaan

- a Perlu adanya peningkatan layanan pada indikator “lokasi yang mudah ditemukan” pada dimensi

Tangible. Misalnya dengan menambahkan informasi tambahan mengenai alamat *café*, foto, dan keterangan lainnya pada aplikasi google maps, selanjutnya memsang plang merek dengan jelas dan menarik, kemudian menggunakan sosial media untuk menyampaikan informasi tentang *café* seperti foto, vidio dan keterangan lainnya yang dapat mempermudah *customers* dalam mencari infomasi mengenai *café*.

- b) Perlu adanya peningkatan layanan pada indikator “kemudahan akases lahan parkir” pada dimensi Tangible. Misalnya dengan menambah luasan lahan parkir kemudian dengan menyediakan juru parkir yang profesional dan tidak memungut biaya parkir sehingga pengunjung akan merasa lebih nyaman ketika meninggalkan kendaraannya dan akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak *café*.
- c) Perlu adanya peningkatan layanan pada indikator “Penyajian pesanan sesuai dengan waktu yang di janjikan” pada dimensi *Reability*. dengan memberikan *trining and development* kepada karyawannya agar dapat bekerja secara *ontime*, dan terbiasa bekerja dalam tekanan yang tinggi kemudian setelah di adakan *trining and development* pihak manajemen *café* harus

selalu *memonitoring* seluruh kegiatan *café* agar berjalan sesuai *sop* yang berlaku, selanjutnya bagi pelayan dan koki harus berkoordinasi dengan baik guna dapat memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang lamanya waktu mempersiapkan hidangan tersebut, agar konsumen tidak terlalu lama menunggu hidangannya datang.

- d) Meningkatkan kualitas pelyanans secara keseluruhan dengan memberikan training kepada seluruh karyawan agar dapat bekerja secara profesional mengingat pekerjaan ini langsung berhubungan dengan konsumen dan juga melakukan monitoring agar seluruh kegiatan yang ada di *Café One Refinery* kota pekanbaru berjalan sesuai SOP yang berlaku, sehingga hal tersebut akan meningkatkan kepuasan knsumen *Café One Refinery* Kota Pekanbaru.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih perlu dibenahi, oleh karena itu peneliti memaparkan beberapa saran untuk peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian sejenis, sebagai berikut :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih umum, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel penentu lainnya untuk

- mendapatkan hasil penelitian yang berbeda dan bermanfaat.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data yang lebih terbaru, dengan jumlah data yang lebih banyak, sampel yang lebih bervariasi dan lebih mengikuti perkembangan bisnis (*FnB*) terutama pada bidang *café* di Indonesia.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode yang berbeda agar kesimpulan yang dihasilkan dapat lebih lengkap, valid dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Kontan.co.id, <https://industri.kontan.co.id/news/food-and-beverage-fb-masih-di-peringkat-atas-tren-bisnis-waralaba-2020>, 17 Desember 2020 pada jam 08.30 WIB.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Liputan 6.com, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4366101/industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-tumbuh-7-persen-pada-2021>, 14 Desember 2020 pada jam 10.00 WIB.
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa di Cirebon. *Jurnal Digit*, 9(2), 167-177.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Marketers.com, <https://www.marketers.com/industri-fb-diproeksi-naik-15-berkat-teknologi-4-0/>, 15 Desember 2020 pada jam 15.00 WIB.
- Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 147-157.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.
- Pratama, T. R., Rahman, N., & Rahman, N. (2011, August). Analisis Kepuasan Konsumen Food Bar Kabupaten Subang. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sains, Teknologi, dan Kesehatan* (Vol. 2, No. 1, pp. 311-318).
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

- Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. 2019. *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Toffin.id,<https://toffin.id/risettoffin/#::~:~:text=Hasil%20riset%20Toffin%20bersama%20Majalah,2016%20yang%20hanya%20sekitar%201.000> , 13 Desember 2020 pada jam 10.20 WIB.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1)