

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Jaya
Coffee Roasters menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan
Metode *Customer Satisfaction Index*
*Customer Satisfaction Level Analysis of Product Quality and Service of Jaya Coffee
Roasters using Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index
Methods*

I Made Adi Wiratama, Agung Suryawan Wiranatha*, Amna Hartiati

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran,
Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801

Diterima 13 Desember 2021 / Disetujui 21 Januari 2022

ABSTRACT

This study aims to analyze the level of consumer interest in the quality of products and services at Jaya Coffee Roasters, analyze the performance level of product and service quality, and analyze the level of consumer satisfaction with the quality of products and services at Jaya Coffee Roasters. The method used in this study is the IPA (method Importance Performance Analysis) and Customer Satisfaction Index (CSI) by using 75 consumers. The results of the study using the method Importance Performance Analysis and questionnaire data processing concluded that the product quality attributes that became the main priority agenda to improve their performance were the consistency of drinks for each serving while the service quality attributes that became the main priority agenda to improve their performance were the attributes of comfort, cleanliness, and neatness. place, Cleanliness and tidiness of employees and Accuracy in service and presentation. For the Customer satisfaction index (CSI) product quality was obtained at 69.05% and the Customer satisfaction index (CSI) obtained for service quality was 74.12%. These results indicate that consumers of Jaya Coffee Roasters satisfied.

Keywords: *Customer Satisfaction, Jaya Coffee Roasters, Importance Performance Analysis, Customer satisfaction index*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*, menganalisis tingkat kinerja kualitas produk dan pelayanan, dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan *Customer satisfaction index* (CSI) dengan menggunakan 75 responden. Hasil dari penelitian menggunakan

*Korespondensi Penulis:
Email: agung_suryawan@unud.ac.id

metode *Importance Performance Analysis* dan pengolahan data kuesioner disimpulkan bahwa atribut kualitas produk yang menjadi agenda prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah konsistensi minuman setiap penyajian. Sedangkan atribut kualitas pelayanan yang menjadi agenda prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah atribut kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat, kebersihan dan kerapian karyawan dan ketepatan dalam pelayanan dan penyajian. Untuk *Customer satisfaction index* (CSI) kualitas produk diperoleh sebesar 69,05% dan *Customer satisfaction index* (CSI) yang diperoleh untuk kualitas pelayanan adalah 74,12%. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen *Jaya Coffee Roasters* merasa puas.

Kata kunci: kepuasan konsumen, *Jaya Coffee Roasters*, *Importance Performance Analysis*, *Customer satisfaction index*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi kini telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia, tradisi minum kopi telah menjadi aktivitas sehari-hari, dan perkembangan kedai kopi kini telah menjadi ruang kerja, tidak hanya tempat untuk beristirahat, tetapi juga dapat digunakan untuk membuat tugas dan lain sebagainya (Leonita dan Tulistyantoro, 2017). Kopi juga merupakan sumber penghasilan satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia, konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi Arabika dan 26% berasal dari spesies kopi Robusta dan 4% berasal dari spesies lainnya (Rahardjo, 2012).

Jaya Coffee Roasters adalah salah satu tempat pengolah kopi sekaligus *coffee shop* yang berlokasi di daerah Ubud, Gianyar. Jenis kopi yang diolah dan digunakan yaitu Robusta dan Arabika. Kopi ini diolah langsung di *Jaya Coffee Roasters* mulai dari proses penyangraian hingga penyeduhan yang akan disajikan untuk konsumen. Seiring berjalannya waktu, persaingan antar industri *coffee shop* menjadi semakin ketat. Persaingan antar *coffee shop* inilah yang mendorong pihak *Jaya Coffee Roasters* untuk mengetahui atribut yang dinilai penting oleh konsumen dan dijadikan prioritas untuk ditingkatkan guna untuk menjaga loyalitas konsumen. Oleh karena itu dilakukan penelitian mengenai analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan dengan tujuan

(1) menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*. (2) menganalisis tingkat kinerja kualitas produk dan pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*. (3) menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di *Jaya Coffee Roasters*, yang berlokasi di Jalan Jukut Paku Singakerta, Ubud, Gianyar, Bali. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada Maret 2020 hingga Mei 2021.

Tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi variabel - variabel atribut penelitian dengan cara studi pustaka dan hasil wawancara dengan pihak manajemen *cafe* serta penyusunan kuisisioner. Sebelum kuisisioner disebar, kuisisioner diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur. Apabila kuisisioner sudah valid dan reliabel maka dilanjutkan ke tahap penentuan populasi dan sampel. Data yang diperoleh kemudian direkapitulasi dan diolah menggunakan SPSS 20.1 dan *Microsoft Office Excel* 2016 (Santoso, 2001).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum perusahaan

Jaya Coffee Roasters didirikan dengan tujuan melestarikan kekayaan sumber alam Indonesia melalui sajian ragam kopi nusantara mulai dari Sumatera (Aceh) hingga Papua.

Produk yang disajikan dikedai ini adalah kopi dengan menu khas yang berbahan dasar kopi dan produk kopi berupa biji sangrai (*roasted been*), bubuk kopi (*ground coffee*), dan jasa penyangrai kopi.

Analisis atribut yang dianggap penting oleh konsumen

Tabel 1. Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kepentingan Atribut Kepuasan Konsumen Untuk Kualitas produk di *Jaya Coffee Roasters*

No	No/kode atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	G3	Rasa minuman	268	3,57
2	G2	Penyajian/ <i>Plating</i> minuman yang menarik	263	3,50
3	G1	Variasi menu minuman	256	3,41
4	H4	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	248	3,41
5	F1	Variasi menu makanan	244	3,25
6	F2	Rasa makanan	242	3,22
7	F3	Penyajian/ <i>Plating</i> makanan yang menarik	242	3,22
8	G4	Konsistensi rasa minuman setiap penyajian	237	3,16
9	F4	Konsistensi rasa makanan setiap penyajian	232	3,09
10	H3	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	227	3,02
11	H2	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	212	2,82
12	H1	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	202	2,69

Ket : skor maks 375 yaitu skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (75)
 skor min 75 yaitu skor tertinggi kuesioner (1) x jumlah responden (75)

Berdasarkan hasil kuisisioner tingkat kepentingan produk Tabel 1, atribut dengan skor terbesar adalah atribut rasa minuman dengan skor rata-rata sebesar 3,57 dan atribut yang memiliki skor terendah adalah atribut kesesuaian harga minuman dengan porsi dengan skor rata-rata 2,69. Dalam rangka

menciptakan olahan rasa minuman kopi yang berkualitas *Jaya Coffee Roasters* melakukan pemilihan terhadap biji kopi yang baik dan sesuai yang akan menghasilkan produk yang khas dari segi aroma maupun rasa dari kopi tersebut.

Tabel 2. Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kepentingan Atribut Kepuasan Konsumen Untuk Kualitas Pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*.

No	No/kode atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	D3	Kenyamanan pelanggan pada saat berada di <i>Jaya Coffee Roasters</i>	301	4,01
2	E3	Pihak manajemen selalu menerima komplain pelanggan	294	3,92
3	E2	Kesungguhan dalam melayani pelanggan	291	3,88
4	D1	Karyawan bersikap sopan dan ramah kepada	288	3,84

konsumen				
5	D2	Pengetahuan karyawan memberikan informasi menu yang tersedia	286	3,81
6	A4	Kebersihan dan kerapian karyawan	282	3,76
7	E1	Ketersediaan fasilitas (<i>wifi, toilet, no smoking area</i>)	279	3,72
8	C2	Karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	277	3,69
9	B2	Ketepatan dalam pelayanan dan penyajian	273	3,64
10	A2	Kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat	268	3,57
11	A3	Pelayanan yang sama tanpa memandang status <i>social</i>	264	3,52
12	B1	Kecepatan dalam pelayanan dan penyajian	260	3,46
13	C1	Kesabaran dan ketenangan karyawan dalam melayani konsumen	239	3,18
14	A1	Ketersediaan lahan parkir	235	3,13

Ket : skor maks 375 yaitu skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (75)
 skor min 75 yaitu skor tertinggi kuesioner (1) x jumlah responden (75)

Pada Tabel 2, tingkat kepentingan atribut kepuasan konsumen untuk pelayanan menunjukkan atribut dengan skor terbesar adalah kenyamanan pelanggan pada saat berada di *Jaya Coffee Roasters* (atribut D3) dengan skor rata-rata 4,01. Nyaman merupakan rasa yang timbul ketika seseorang merasa diterima apa adanya dengan situasi dan kondisi yang ada sehingga seseorang merasa kenyamanan (Sugiarto, 1999).

Analisis tingkat kinerja

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kinerja untuk produk pada Tabel 3, atribut dengan skor terbesar adalah penyajian/*plating* makanan yang menarik (atribut F3) dengan skor rata-rata sebesar 3,93. Penyajian

makanan adalah seni yang dilakukan pada proses terakhir penyelenggaraan menu makanan, yang berisikan pengaturan komposisi secara menarik agar dapat menambah nafsu makan (Azizah, 2008).

Dari hasil kuesioner tingkat kinerja untuk pelayanan pada Tabel 4, didapatkan atribut dengan skor terbesar adalah karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen (atribut D1) dengan skor rata-rata sebesar 4,01. Menurut kasmir (2017) Sikap dan perilaku yang ditunjukkan karyawan merupakan unsur penting dalam etika pelayanan karena akan memberikan citra baik bagi perusahaan.

Tabel 3. Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Atribut Kepuasan Konsumen Untuk Kualitas Produk di *Jaya Coffee Roasters*.

No	No/kode atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	F3	Penyajian/ <i>Plating</i> makanan yang menarik	295	3,93
2	G2	Penyajian/ <i>Plating</i> minuman yang menarik	278	3,71
3	G3	Rasa minuman	273	3,64
4	F1	Variasi menu makanan	269	3,58
5	H4	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	268	3,57
6	F2	Rasa makanan	263	3,51

7	G1	Variasi menu minuman	261	3,48
8	F4	Konsistensi rasa makanan setiap penyajian	256	3,41
9	H2	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	246	3,28
10	G4	Konsistensi rasa minuman setiap penyajian	241	3,21
11	H3	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	232	3,09
12	H1	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	212	2,82

Ket : skor maks 375 yaitu skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (75)
 skor min 75 yaitu skor tertinggi kuesioner (1) x jumlah responden (75)

Tabel 4. Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Atribut Kepuasan Konsumen Untuk Kualitas Pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*.

No	No/kode atribut	Atribut	Skor	Rata-rata
1	D1	Karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	301	4,01
2	D3	Kenyamanan pelanggan pada saat berada di <i>Jaya Coffee Roasters</i>	298	3,97
3	D2	Pengetahuan karyawan memberikan informasi menu yang tersedia	298	3,97
4	E2	Kesungguhan dalam melayani konsumen	291	3,88
5	C2	Karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	290	3,87
6	E3	Pihak manajemen selalu menerima komplain pelanggan	288	3,84
7	E1	Ketersediaan fasilitas (<i>wifi, toilet, no smoking area</i>)	281	3,75
8	A3	Pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	279	3,72
9	B1	Kecepatan dalam pelayanan dan penyajian	272	3,63
10	A4	Kebersihan dan kerapian karyawan	265	3,53
11	C1	Kesabaran dan ketenangan karyawan dalam melayani konsumen	264	3,52
12	A2	Kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat	262	3,49
13	B2	Ketepatan dalam pelayanan dan penyajian	249	3,32
14	A1	Ketersediaan lahan parkir	241	3,21

Ket : skor maks 375 yaitu skor tertinggi kuesioner (5) x jumlah responden (75)
 skor min 75 yaitu skor tertinggi kuesioner (1) x jumlah responden (75)

Analisis tingkat kesesuaian konsumen *Jaya Coffee Roasters*

Tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, skor inilah yang akan menentukan skala prioritas (Yola dan Duwi,

2013). *Cafe* dianggap mampu memenuhi dengan tepat apa yang diharapkan konsumen apabila skor kepuasan yang dicapai adalah 100%. Jika melebihi 100% maka dapat dikatakan bahwa kinerja dari *cafe* tersebut sudah melebihi harapan konsumen. Atribut

yang mendapatkan persentase lebih dari 100% maka dapat dikatakan kinerja dari masing-masing atribut telah memenuhi harapan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi. Atribut yang memiliki tingkat kepuasan terendah akan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki (Santoso, 2011).

Berdasarkan Tabel 5, atribut yang memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian tertinggi adalah harga minuman dengan porsi (atribut H2) dengan skor terbesar 117% yang berarti kinerja *Jaya Coffee Roasters* melebihi harapan konsumen.

Tabel 5. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kesesuaian (TKi) produk di *Jaya Coffee Roasters*.

No	Kode atribut	Atribut	X1	X	Y1	Y	Tk(%)
1	G3	Rasa minuman	273	3,64	268	3,57	102%
2	G2	Penyajian/ <i>Plating</i> minuman yang menarik	278	3,70	263	3,50	106%
3	G1	Variasi menu minuman	261	3,48	256	3,41	102%
4	H4	Kesesuaian harga minuman dengan kualitas	268	3,57	248	3,30	108%
5	F1	Variasi menu makanan	269	3,58	244	3,25	110%
6	F2	Rasa makanan	263	3,51	242	3,22	109%
7	F3	Penyajian/ <i>Plating</i> makanan yang menarik	295	3,93	292	3,89	101%
8	G4	Konsistensi rasa minuman setiap penyajian	241	3,21	237	3,16	102%
9	F4	Konsistensi rasa makanan setiap penyajian	256	3,41	232	3,09	110%
10	H3	Kesesuaian harga makanan dengan kualitas	232	3,09	227	3,02	102%
11	H2	Kesesuaian harga minuman dengan porsi	248	3,30	212	2,82	117%
12	H1	Kesesuaian harga makanan dengan porsi	212	2,82	202	2,69	105%

Tabel 6. Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kesesuaian (TKi) pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*.

No	Kode atribut	Atribut	X1	X	Y1	Y	Tki(%)
1	D1	Karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	301	4,01	288	3,84	104%
2	D3	kenyaan pelanggan pada saat berada di <i>Jaya Coffee Roaster</i>	298	3,97	301	4,01	99%
3	D2	Pengetahuan karyawan memberi informasi menu yang tersedia	298	3,97	286	3,81	104%
4	E2	Kesungguhan dalam melayani konsumen	291	3,88	291	3,88	100%
5	C2	karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	290	3,87	277	3,69	105%
6	E3	Pihak manajemen selalu menerima	288	3,84	294	3,92	98%

kompline pelanggan							
7	E1	Ketersediaan fasilitas (<i>wifi, toilet, no smoking area</i>)	281	3,75	279	3,72	101%
8	A3	Pelayanan yang sama tanpa memandang status social	279	3,72	264	3,52	106%
9	B1	Kecepatan dalam pelayanan dan penyajian	272	3,63	260	3,47	105%
10	A4	Kebersihan dan kerapian karyawan	265	3,53	282	3,76	94%
11	C1	Kecepatan dalam melayani konsuemen	264	3,52	239	3,19	110%
12	A2	Kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat	262	3,49	268	3,57	98%
13	B2	Ketepatan dalam pelayanan dan penyajian	249	3,32	273	3,64	91%
14	A1	Ketersediaan lahan parkir	241	3,21	235	3,13	102%

Berdasarkan Tabel 6, atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi adalah kecepatan dalam melayani konsuemen (atribut C1) dengan skor 110% yang artinya kinerja *Jaya Coffee Roasters* melebihi harapan konsumen. Atribut yang mendapat skor terendah yaitu Ketepatan dalam pelayanan dan penyajian (atribut B2) dengan skor 91% yang berarti kinerja yang diberikan sudah baik namun perlu diperbaiki agar mencapai harapan konsumen (100%).

Analisis tingkat kepuasan menggunakan metode CSI

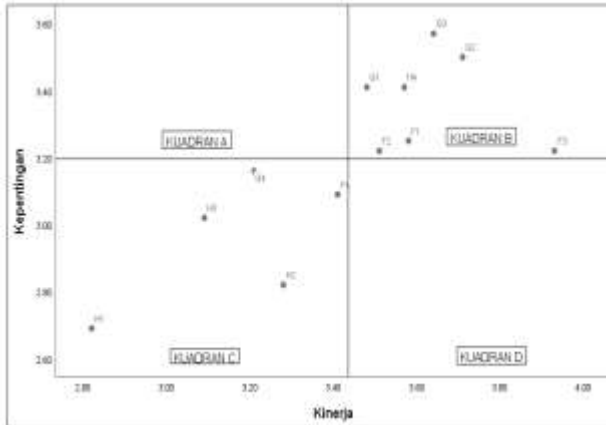
Dalam penelitian ini, tingkat kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index*) atau dalam hal ini pelanggan yang dimaksud adalah konsumen *Jaya Coffee Roasters* yang dilakukan terhadap 75 orang responden. Memperoleh nilai indeks sebesar 69,05% untuk kualitas produk dan 74,12% untuk kualitas pelayanan, maka dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen *Jaya Coffee Roasters* secara umum berada pada kategori puas, akan tetapi dengan persaingan yang semakin ketat sebaiknya perusahaan tidak cepat puas dengan hasil yang didapatkan dan harus terus meningkatkan kepuasan para pelanggan untuk mengantisipasi keadaan

dimasa mendatang agar dapat tetap bertahan dan meningkatkan profitnya.

Diagram kartesius kepuasan konsumen untuk kualitas produk

Pada diagram kartesius kualitas produk, hasil menunjukkan bahwa tidak ada atribut yang berada pada kuadran ini, dan atribut yang berada pada kuadran B dianggap penting oleh responden karena kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen yaitu variasi menu makanan (atribut F1), rasa makanan (atribut F2), penyajian/*plating* makanan yang menarik (atribut F3), variasi menu minuman (atribut G1), penyajian/*plating* minuman yang menarik (atribut G2), rasa minuman (atribut G3) dan kesesuaian harga minuman dengan kualitas (atribut H4). Atribut yang berada didalam kuadran C merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Atribut yang termasuk dalam kuadran C yaitu konsistensi makanan setiap penyajian (atribut F4), kesesuaian harga makanan dengan porsi (atribut H1), kesesuaian harga minuman dengan porsi (atribut H2), makanan dengan kualitas (atribut H3) dan konsistensi rasa minuman setiap penyajian (atribut G4). Dari hasil penelitian

pada diagram kartesius kualitas produk tidak ada atribut yang ada pada kuadran D, sehingga dari hasil penelitian menunjukkan tidak ada atribut yang dirasa terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya. Diagram Kartesius untuk kualitas produk di *Jaya Coffee Roasters* dapat dilihat pada Gambar 1.



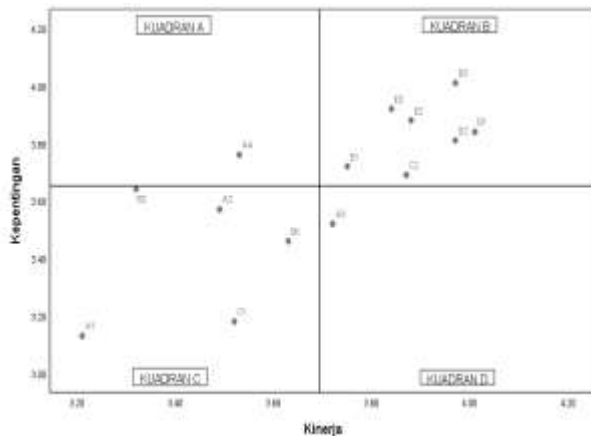
Gambar 1. Diagram Kartesius untuk Kualitas Produk

Sumber: data primer diolah 2021

Diagram kartesius kepuasan konsumen untuk kualitas pelayanan

Atribut yang berada pada kuadran A merupakan atribut penting yang harus mendapat perhatian agar kinerja dari atribut ini sesuai dengan harapan konsumen. Terdapat 1 atribut pada kuadran A yaitu kebersihan dan kerapian karyawan (atribut A4), dalam hal ini perusahaan perlu melakukan perbaikan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap atribut yang termasuk kedalam kuadran A. Pada kuadran B menunjukkan bahwa *Jaya Coffee Roasters* telah memenuhi harapan konsumen pada atribut karyawan bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan (atribut C2), karyawan bersikap sopan dan ramah kepada

konsumen (atribut D1), pengetahuan karyawan memberi informasi menu yang tersedia (atribut D2), kenyamanan pelanggan pada saat berada di *Jaya Coffee Roaster* (atribut D3), Ketersediaan fasilitas (*wifi, toilet, no smoking area*) (atribut E1), kesungguhan dalam melayani konsumen (atribut E2), dan pihak manajemen selalu menerima *komplime* pelanggan (atribut E3). Hal ini menunjukkan atribut-atribut tersebut dianggap telah sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga perlu untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan karena sudah bisa memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen. Atribut yang berada pada kuadran C adalah atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Atribut tersebut adalah ketersediaan lahan parkir (atribut A1), kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat (atribut A2), kecepatan dalam pelayanan dan penyajian (atribut A1), Ketepatan dalam pelayanan dan penyajian (atribut B2) dan, kesabaran dan ketenangan karyawan dalam melayani konsumen (atribut C1). Hal ini berarti *Jaya Coffee Roasters* harus meningkatkan kinerja dari atribut ini agar tercapai kepuasan konsumen. Kuadran D adalah daerah yang berisikan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja yang dilakukan oleh pihak perusahaan dirasakan terlalu tinggi atau berlebihan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan perbaikan. Adapun atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah: Pelayanan yang sama tanpa memandang status *social* (atribut A3).



Gambar 2. Diagram Kartesius untuk kualitas pelayanan

Sumber : data primer diolah 2021

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Atribut yang dianggap penting oleh konsumen untuk kualitas produk adalah atribut rasa minuman dengan skor rata-rata sebesar 3,57 dan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting adalah atribut kenyamanan pelanggan pada saat berada di *Jaya Coffee Roasters* dengan skor rata-rata 4,01. Atribut – atribut yang memiliki skor kinerja tertinggi untuk kualitas produk adalah atribut penyajian/*plating* makanan yang menarik dengan skor rata-rata sebesar 3,93 dan untuk skor terendah adalah atribut kesesuaian harga makanan dengan porsi dengan rata-rata 2,69. Atribut tingkat kinerja untuk pelayanan dengan skor tertinggi adalah atribut karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen dengan skor rata-rata sebesar 4,01 dan untuk skor terendah adalah atribut

ketersediaan lahan parkir dengan skor rata-rata 3,21.

2. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan perhitungan CSI untuk kualitas produk adalah sebesar 69,05% dan kualitas pelayanan adalah sebesar 74,12% yang menunjukkan bahwa konsumen puas dengan produk maupun pelayanan di *Jaya Coffee Roasters*

Saran

Pihak *Jaya Coffee Roasters* perlu memperhatikan dan memperbaiki atribut-atribut yang dinilai yang dinilai kinerjanya masih dirasa kurang, seperti ketepatan dalam pelayanan dan penyajian, kenyamanan, kebersihan, dan kerapian tempat, kebersihan dan kerapian karyawan, dan pihak manajemen selalu menerima kompline pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, F. N. 2008. *Menyajikan Makanan*. Pustaka Raya. Bandung
- Leonita, C., dan L. Tulistyantoro. 2017. Perancangan Interior Coffee Shop dengan Fasilitas Belajar untuk Mahasiswa di Denpasar. *JURNAL INTRA*, 6, 1-9.
- Rahardjo, B., Y. C. Putra Limantara., T. N. Cahyono., dan R. Y. Anthoni. 2018. Pengukuran tingkat kepentingan pelanggan food court galaxy mall 51 arker 5151 dengan metode kano model. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*.
- Santoso, S. 2011. Serat pangan (dietary fiber) dan manfaatnya bagi kesehatan. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian. Fakultas Teknologi Pertanian. Unwidha Klaten. Skripsi. Tidak Dipublikasikan.

Yola, M., dan D. Budiarto. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*.12(12):301-309.

Sugiarto, E. 1999. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia