

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN *COFFEESHOP* BACARITO KOPI DENGAN
METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Sains*



**Oleh:
PUTRI RAHMANIA SARI
NIM. 15030074/2015**

**PROGRAM STUDI MATEMATIKA
JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN
ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN *COFFEESHOP* BACARITO KOPI DENGAN
*METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)***

Nama : Putri Rahmania Sari
NIM : 15030074
Program Studi : Matematika
Jurusan : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, 14 Februari 2020

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Suherman, S.Pd., M.Si
NIP.19680830 199903 1 002

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

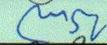
Nama : Putri Rahmania Sari
NIM : 15030033
Program Studi : Matematika
Jurusan : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN *COFFEESHOP* BACARITO KOPI DENGAN
*METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)***

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Negeri Padang

Padang, 14 Februari 2020

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Suherman, S.Pd., M.Si	
Anggota	: Muhammad Subhan, S.Si., M.Si	
Anggota	: Dra. Media Rosha, M.Si	

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

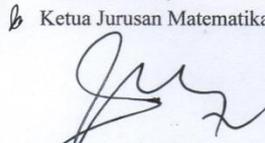
Nama : Putri Rahmania Sari
NIM : 15030074
Program Studi : Matematika
Jurusan : Matematika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP *COFFEESHOP BACARITO KOPI* DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFATION INDEX (CSI)*” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam tradisi keilmuan. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, 14 Februari 2020

Diketahui oleh,
Ketua Jurusan Matematika,



Drs. Hendra Syariffudin, M.Si, Ph.D
NIP. 19671212 199303 1 002

Saya yang menyatakan,



Putri Rahmania Sari
NIM. 15030074

*Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap
Pelayanan Coffeeshop Bacarito Kopi dengan
Metode Customer Satisfaction Index (CSI)*

Putri Rahmania Sari

ABSTRAK

Coffeeshop Bacarito Kopi merupakan salah satu *Coffeeshop* berada di Kota Padang yang menyediakan kopi dengan berbagai variasi menu. Penelitian ini dilakukan karena teras cukup tinggi daya saing *Coffeeshop* di Kota Padang sehingga perlu diperhatikan kualitas pelayanan yang merupakan salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Kualitas pelayanan tersebut terdiri dari empati, daya tanggap, keandalan, bukti langsung, dan jaminan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *Coffeeshop* Bacarito Kopi yang melakukan pembelian pada Oktober 2019 dengan sampel berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *accidental sampling*. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang terdiri dari 20 item pernyataan. Data analisis dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Berdasarkan hasil *Customer Satisfaction Index* yang didapatkan nilai sebesar 81,87%. Pelayanan yang diberikan oleh *Coffeeshop* Bacarito Kopi memperoleh hasil keseluruhan yang baik sehingga dapat dikategorikan telah memenuhi harapan konsumennya. Hal ini menggambarkan pelanggan *Coffeeshop* merasa sangat puas dengan kinerja kualitas pelayanan yang *Coffeeshop* berikan. Perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan adalah ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan pelanggan, keandalan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dalam cepat merespon pelanggan, serta meningkatkan kepedulian terhadap saran yang diberikan pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction Index*, *Coffeeshop* Bacarito Kopi, Kepuasan Pelanggan

**Analysis of customer level satisfaction towards
Bacarito Kopi Coffeeshop service with
Customer Satisfaction Index (CSI) Method**

Putri Rahmania Sari

ABSTRACT

Coffeeshop Bacarito Coffee is a Coffeeshop located in Padang that provides coffee with a variety of menus. This research was conducted because it has quite high competitiveness of Coffeeshop in Padang so that it is necessary to consider the quality of service which is one way to retain old customers and attract new customers. The quality of service consists of empathy, responsiveness, reliability, tangible and assurance. This study aims to determine the level of customer satisfaction and service quality of Coffee Bacarito Coffeeshop.

This type of research is applied research. The population in this study is Bacarito Coffee Coffeeshop customers who made purchases in October 2019 with samples of 96 people. The sampling technique used was accidental sampling. Data obtained with a questionnaire consisting of 20 items received. The data analysis using the Customer Satisfaction Index (CSI) method.

The result of Customer Satisfaction Index value were obtained 81.87%. The services provided by the Coffee Bacarito Coffeeshop get good overall good overall results so it can be categorized as meeting the expectations of its consumers. This illustrates that Coffeeshop customers are very satisfied with the quality of service performance that Coffeeshop provides. The service that needs to be improved are the responsiveness of employees in dealing with customer complaints, the reliability of Coffee Bacarito Coffeeshop quickly to responding customers, also raise the awareness of the advice given by customers.

Keywords — *Customer Satisfaction Index, Coffeeshop Bacarito Kopi, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR



Segala puji peneliti ucapkan kepada Allah SWT, atas limpahan nikmat dan karunia, kemampuan, kesempatan serta kemudahan, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*”**. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Sains (S.Si) pada Program Studi Matematika Jurusan Matematika FMIPA Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, beberapa permasalahan dan kesulitan yang penulis hadapi. Berkat bantuan, bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Suherman, S.Pd.,M.Si, Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan bimbingan, pengarahan dan saran kepada penulis sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, alhamdulillah selesai juga.
2. Ibu Dra. Media Rosha, M.Si, Penguji, dan Ketua Jurusan Matematika Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Muhammad Subhan, S.Si.,M.Si, Penguji, dan Sekretaris Jurusan Matematika Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Mardenis, SH.,M.Si, dosen validator yang telah memberikan masukan dan saran-saran untuk melakukan penelitian
5. Seluruh Dosen Matematika Universitas Negeri Padang yang telah membekali

ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Negeri Padang.

6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar dan Karyawan Jurusan Matematika Universitas Negeri Padang yang telah banyak memberi bantuan dan kemudahan kepada penulis.
7. Orang tua serta keluarga yang selalu mendoakan memberi semangat, nasehat, serta materi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat, rekan –rekan dan segenap Civitas Akademik FMIPA UNP terutama angkatan 2015

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada peneliti dapat menjadi amal dan mendapat pahala dari Allah SWT. Peneliti menyadari dalam penulisan ini masih belum sempurna karena keterbatasan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, dan mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Februari 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS	9
A. Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	9
B. Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	17
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Jenis dan Sumber Data.....	23
C. Populasi dan Sampel	23
D. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Variabel Penelitian dan Struktur Data.....	26
G. Instrumen Penelitian	28
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	34
I. Langkah-langkah Penelitian.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Data	38

B. Analisis Data.....	41
C. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Sejarah berdirinya Coffee Shop di berbagai belahan dunia.....	15
2. Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	22
3. Struktur Data untuk Kinerja (X)	27
4. Struktur Data untuk Harapan (Y).....	27
5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	32
6. Kategori untuk pernyataan dengan Skala Likert untuk Kinerja /Kenyataan (X)..	33
7. Kategori untuk pernyataan dengan Skala Likert untuk Harapan/Kepentingan(Y)	33
8. Karakteristik data responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
9. Karakteristik data responden berdasarkan usia.....	39
10. Karakteristik data responden berdasarkan pekerjaan.....	40
11. Karakteristik data responden berdasarkan frekuensi berkunjung	41
12. Hasil perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Konsep Kepuasan Konsumen	14
2. Radar/chart untuk menentukan kepuasan pelanggan.....	18
3. Diagram Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
4. Diagram Data Responden berdasarkan Usia.....	39
5. Diagram Data Responden berdasarkan Pekerjaan	40
6. Diagram Data Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung	41
7. Diagram Radar tentang Indikator Kepuasan Pelanggan	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Sebelum Validasi.....	51
2. Lembar Validasi Kuesioner	53
3. Instrumen Penelitian	55
4. Kuesioner Penelitian	56
5. Data Hasil Penelitian.....	60
6. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	68
7. Dokumentasi Penelitian	76

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengonsumsi minuman seperti kopi telah menjadi salah satu kebutuhan atau gaya hidup (*life style*) masyarakat saat ini. *Coffeeshop* menjadi tujuan yang diminati terutama kalangan muda untuk sekedar bersantai atau berkumpul dengan teman. Konsumen tidak hanya kalangan muda, orang tua dan kalangan pebisnis pun sering menghabiskan waktunya di *Coffeeshop* untuk membahas rencana bisnisnya atau untuk bertemu dengan rekan kerjanya. Sejak dahulu kopi identik diminum dan dipercaya dapat menghilangkan kantuk. Oleh karena alasan tersebut banyak orang suka meminum kopi pada saat ingin bergadang atau saat sekedar berkumpul bersama teman-teman. Setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk menikmati kopi. Cara tersebut dapat dengan memilih *Coffeeshop* yang nyaman dengan pelayanan terbaik, harapannya bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengeluarkan uang yang cukup besar di *Coffeeshop*.

Dengan status Ibukota Provinsi Sumatera Barat, Kota Padang menjadi salah satu kota dengan jumlah penduduk yang terus meningkat, Kota Padang menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan produk akhir kopi dalam segala jenis. Seiring berjalannya waktu, peningkatan jumlah kedai yang memasarkan produk akhir kopi, tumbuh secara pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kota Padang.

Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, namun konsumen juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila ia melakukan pembelian yang berulang dan rutin,

serta merekomendasikan produk atau pun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada teman, keluarga, maupun kerabatnya.

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan salah satu indikator untuk mengukur kualitas layanan dalam suatu bentuk pelayanan, baik pelayanan barang maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah rasa senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,P dan K.L.Keller,2007) . Dalam memasarkan produk jasa, terjadi interaksi antara penyediaan jasa dan konsumen secara langsung . Saat ini di Kota Padang semakin banyak bisnis *Coffeeshop* yang menjadi salah satu bagian dari gaya hidup kaum urban. Usai bekerja ataupun sepulang sekolah/kampus banyak ditemui kalangan muda duduk-duduk di *Coffeeshop*. Hobi ini terlihat terjadi dimana-mana, pilihannya mulai dari tempat yang sederhana hingga berkelas sekalipun. *Coffeeshop* di Kota Padang tidak hanya saat akhir pekan saja dipadati oleh pengunjung, tetapi di hari-hari biasa pun kadang kala beberapa *Coffeeshop* favorit tetap dijadikan tempat nongkrong. Lokasi yang strategis, tempat yang nyaman, harga yang terjangkau, menu yang variatif hingga pelayanan yang baik tentu menjadi pertimbangan pengunjung.

Faktor lain yang juga perlu diperhatikan pada keputusan pembelian konsumen pada *Coffeeshop* adalah suasana kafe (*cafe atmosphere*). Suasana kafe adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya yang dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk (Kotler,2005). Suasana yang nyaman dan tenang menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi kafe tertentu. Bahkan terkadang konsumen yang lebih memilih makan di sebuah kafe dari pada makan di rumah

dengan alasan menyukai suasana pada kafe yang bersangkutan. Identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya. Sudah banyak bermunculan *Coffeeshop* yang baru, mulai dari berdirinya usaha dengan nama sendiri dan juga mendirikan *Coffeeshop* dengan nama franchise yang sudah terkenal. Sehingga persaingan dalam pasar *Coffeeshop* di Kota Padang cukup tinggi. Dalam menghadapi persaingan tersebut, hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana caranya untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.

Bacarito Kopi selalu melakukan banyak cara untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat maupun untuk mempertahankan pelanggannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh Bacarito Kopi dalam usaha mempertahankan loyalitas pelanggannya adalah dengan tetap membina hubungan yang baik dengan setiap pelanggan. Hubungan ini sendiri dapat dikatakan sebagai suatu program dalam mencapai loyalitas pelanggan, dimana pelanggan diajak untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah sehingga dapat menimbulkan kepercayaan, kepuasan bahkan sebuah ikatan sosial yang pada akhirnya dapat menimbulkan sebuah komitmen perusahaan.

Terpenuhinya mutu pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi sesuai standar pelayanan diperlukan pengukuran kualitas mutu pelayanan. Menurut Parasuraman (Putra,2016) dimensi mutu pokok yang digunakan untuk mengukur mutu pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati atau kepedulian (*emphaty*), dan bukti langsung atau berwujud (*tangibles*).

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan barista *Coffeeshop* Bacarito Kopi untuk memberikan maupun menjelaskan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kemampuan pegawai untuk menanggapi dan melakukan sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Jaminan (*assurance*) yaitu konsisten rasa kopi setiap penyajian. Empati (*emphaty*) yaitu keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat berada di Bacarito Kopi. Bukti fisik (*tangible*) yaitu fasilitas yang ada di Bacarito Kopi sudah lengkap dan bersih

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan yang membeli kopi di *Coffeeshop* Bacarito Kopi pada tanggal 10 Oktober 2019 bahwasanya sudah cukup baik pelayanan yang diberikan *Coffeeshop* Bacarito Kopi ,tetapi masih ada beberapa kekurangan. Berdasarkan dimensi keandalan (*reliability*) ada pelanggan yang mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Coffeeshop* Bacarito Kopi tepat dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Namun pelanggan mengeluhkan tidak adanya SOP (Standar Operasional Prosedur) yang jelas terhadap operasional *Coffeeshop* Bacarito Kopi , yaitu berapa menit waktu tunggu tiap-tiap pesanan, menyebabkan pelanggan menunggu lebih lama untuk menunggu pesanan. Berdasarkan dimensi ketanggapan (*responsiveness*) pelanggan yang mengungkapkan bahwa adanya barista yang tanggap terhadap permintaan pelanggan sehingga membuat pelanggan senang terhadap tanggapan yang diberikan.

Berdasarkan dimensi jaminan (*assurance*) pelanggan mengungkapkan bahwa ada barista yang selalu bersikap sopan dan santun membuat pelanggan merasa dihargai dan dihormati sehingga menumbuhkan rasa nyaman pada pelanggan saat berinteraksi dengan barista. Namun ada juga beberapa barista yang kurang ramah

dalam melayani pelanggan, yang menimbulkan pelanggan tidak nyaman saat dilayani. Berdasarkan dimensi empati (*emphaty*) pelanggan mengungkapkan bahwa ada barista yang selalu peduli terhadap pelanggan sehingga menimbulkan rasa senang pelanggan terhadap perhatian yang diberikan.

Berdasarkan bukti fisik (*tangible*) pelanggan mengungkapkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh *Coffeeshop* Bacarito Kopi cukup baik dan lengkap. Namun pelanggan mengeluhkan ketersediaan ruang tunggu yang tidak terlalu besar sehingga terasa kurang nyaman saat mengantri pesanan. Selain itu ada juga pelanggan yang mengeluhkan ketersediaan kotak saran, dimana pelanggan yang ingin memberi masukan / saran tidak dapat diutarakan dengan baik.

Kritik dan keluhan pelanggan yang diungkapkan pelanggan karena permasalahan tersebut, menimbulkan persepsi negatif pelanggan. Apabila hal tersebut dibiarkan terus menerus akan membuat citra *Coffeeshop* Bacarito Kopi buruk di mata pelanggan, karena rasa tidak puas yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan pihak *Coffeeshop* Bacarito Kopi. Menurut Kotler (2002: 58) “Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan persepsi kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya”.

Berdasarkan defenisi tersebut, pelanggan akan merasa puas apabila kualitas pelayanan yang diberikan *Coffeeshop* Bacarito Kopi sama atau melebihi harapannya, sebaliknya pelanggan akan kecewa dan tidak puas apabila pelayanan yang diberikan kurang atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Maka perlu dilihat kinerja pihak *Coffeeshop* Bacarito Kopi apakah sudah mencukupi standar pelayanan yang baik. Selain itu, diukur juga tingkat kepentingan menurut pelanggan. Selain itu, dapat ditentukan langkah perbaikan secara terencana mulai

dari atribut-atribut yang dianggap lebih penting namun kinerjanya masih kurang, sehingga pelanggan tetap berkunjung ke *Coffeeshop* Bacarito Kopi.

Penelitian ini dilakukan karena terasa cukup tinggi daya saing *Coffeeshop* di Kota Padang sehingga perlu diperhatikan kualitas pelayanan yang merupakan salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan yang baik merupakan dasar perbaikan dalam tingkat kualitas pelayanan. Untuk mengukur beberapa indikator kualitas barang dan jasa dapat digunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dengan CSI dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai atribut pelayanan. Dengan metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian terhadap beberapa indikator yang merujuk pada pelayanan barang dan jasa yang diberikan, Hal ini menggambarkan pelanggan *Coffeeshop* merasa sangat puas dengan kinerja kualitas pelayanan yang *Coffeeshop* berikan. Perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan adalah ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan pelanggan, keandalan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dalam cepat merespon pelanggan, serta meningkatkan kepedulian terhadap saran yang diberikan pelanggan.

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Bacarito Kopi dan merumuskan indikator pelayanan yang akan diperbaiki dan dipertahankan. Peneliti ini terdorong untuk meneliti apakah strategi yang dilakukan oleh Bacarito Kopi dapat memuaskan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan**

terhadap Pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

B. Batasan Masalah

Untuk mencegah permasalahan yang dibahas meluas dan agar peneliti ini terarah maka perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan masalah pada penelitian ini fokus kepada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bacarito Kopi yang melakukan transaksi pembayaran.

C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka ditentukan rumusan masalah yang akan dibahas yaitu bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bacarito Kopi berdasarkan *Customer Satisfaction Index* ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Coffeeshop* Bacarito Kopi dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan mampu memberi manfaat kepada:

1. Bagi Peneliti, sebagai sarana menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman peneliti serta prasyarat yang harus dipenuhi memperoleh gelar sarjana.
2. Bagi Bacarito Kopi, sebagai sumbangan informasi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Bacarito Kopi serta patokan pengambilan

keputusan untuk membuat kebijakan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Universitas Negeri Padang, salah satu bahan referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang pada umumnya, khususnya Kajian Ilmu bagi mahasiswa Program Studi Matematika
4. Peneliti Selanjutnya, sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.