

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN
PADA KARSA KAFE DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh:

SALMA SABILLA
NIM. 20134073

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

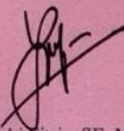
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN
PADA KARSA KAFE DI KOTA PADANG**

Nama : Salma Sabilla
NIM : 20134073
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

Diketahui Oleh
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh
Pembimbing Tugas Akhir



Yuki Fitria, SE, MM.
NIP. 198207222010122002



Rahmiati, SE, M.Sc.
NIP. 197408251998022001

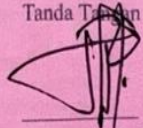
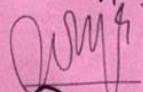
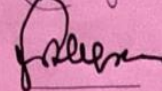
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN
PADA KARSA KAFE DI KOTA PADANG**

Nama : Salma Sabilla
NIM/TM : 20134073/2020
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang.

Padang, November 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Rahmiati, SE, M.Sc.	(Ketua)	
Whyosi Septrizola, SE, MM.	(Anggota)	
Gesit Thabrani, SE, MT.	(Anggota)	

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salma Sabilla
Thn. Masuk/NIM : 2020/ 20134073
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/05 Maret 2002
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Wisma Ibunda Kalumbuk
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Padang, November 2023
Yang menyatakan,

Salma Sabilla
NIM. 20134073

ABSTRAK

Salma Sabilla : Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang.

Pembimbing : Rahmiati, SE, M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan diolah dari data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *chocran* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan mengolah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan melihat nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang yang terdiri dari: keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan wujud (*tangible*) termasuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa konsumen Karsa Kafe di Kota Padang sudah merasa puas atas dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Karsa Kafe di Kota Padang.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang.**” Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dan bantuan, baik moral maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc, selaku dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan nasehat bagi penulis.
2. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM dan Bapak Gesit Thabrani, SE, MT, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritikan, dan petunjuk dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Yuki Fitria, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Pemilik Karsa Kafe yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teristimewa untuk orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan berupa moral maupun materil, dukungan, serta ketulusan dalam memberikan

semangat, dorongan do'a, serta memenuhi kebutuhan materil yang bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Rekan-rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis sendiri. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Padang, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kepuasan Konsumen	6
B. Kualitas Pelayanan	7
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	11
A. Bentuk Penelitian	11
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	11
C. Populasi dan Sampel	11
D. Rancangan Penelitian	13
E. Sumber Data	15
F. Instrumen Penelitian	15
G. Teknik Analisis	18
BAB IV PEMBAHASAN	20
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	20
B. Hasil Penelitian	23
BAB V PENUTUP	37
A. Simpulan	37
B. Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Tabel	
1. Daftar Skala Jawaban Pertanyaan	15
2. Item Pernyataan Kuesioner	16
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	24
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
6. Distribusi Kualias Pelayanan Indikator Keandalan	26
7. Distribusi Kualias Pelayanan Indikator Responsivitas	28
8. Distribusi Kualias Pelayanan Indikator Jaminan	30
9. Distribusi Kualias Pelayanan Indikator Empati	31
10. Distribusi Kualias Pelayanan Indikator Wujud	33
11. Distribusi Jawaban Responden	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar

- | | |
|---|----|
| 1. Suasana Karsa Kafe Tampak dari Luar | 22 |
| 2. Suasana Karsa Kafe Tampak dari Dalam | 22 |
| 3. Logo Karsa Kafe | 22 |
| 4. Menu Karsa Kafe | 23 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	
1. Surat Penelitian	41
2. Kuesioner Penelitian	42
3. Hasil Tabulasi Kuesioner	46
4. Hasil Pengolahan Data	51
5. Dokumentasi	52

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini dikarenakan adanya persaingan pasar yang mengakibatkan jumlah merek, produk, dan prosedur pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan berbagai ragam pilihan. Persaingan yang terjadi membuat para pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat memenangkan persaingan. Kunci untuk memenangkan persaingan adalah kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Saat ini diakui bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dari kelangsungan hidup dalam sebuah bisnis.

Menurut Nugroho (2015), "Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi." Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal, maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2013:180), "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan." Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Menurut Fandy (2014:268), “Kualitas jasa atau layanan adalah kualitas pelayanan yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.” Kualitas pelayanan merupakan dasar dari pemasaran jasa. Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi bisnis untuk merebut pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:52), “Dalam kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi yang dapat diukur serta dapat diperbaiki, yaitu: Keandalan (*reliability*), Responsivitas (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan Wujud (*tangible*).” Usaha-usaha yang bergerak di bidang jasa harus senantiasa memperhatikan kelima dimensi tersebut.

Konteks usaha yang bergerak di bidang jasa yang dinilai oleh konsumen adalah kualitas pelayanan salah satunya adalah *Coffee shop*. *Coffee shop* pada saat sekarang ini semakin berkembang pesat. Oleh karena itu, pemilik *coffee shop* dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dan selalu tanggap dalam menghadapi persaingan yang ketat dan dengan seiring berubahnya kondisi sosial. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara terus memberikan pelayanan terbaik dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen mendapatkan kepercayaan.

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan teh secara cepat. Adanya perbedaan antara warung kopi dan *coffee shop*. Warung kopi menyediakan kopi seduh secara tradisional dengan tempat dan fasilitas seadanya. Sedangkan *coffee shop* dibuat dengan mengutamakan kenyamanan dan desain dengan konsep menarik yang

membuat pengunjung tak hanya menikmati kopi, tetapi juga melebur dalam suasana yang melingkupinya.

Karsa Kafe adalah salah satu bisnis usaha *coffee shop* yang ada di Kota Padang. Tempatnya yang strategis dan berada di pinggir jalan serta dekat dengan kampus membuat *coffee shop* ini bisa dikunjungi dan diminati baik kalangan mahasiswa maupun warga lokal sekitar serta kaum pekerja. Karsa kafe ini beralamat di Jalan Belibis No. 21a, Air Tawar, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang. Karsa Kafe baru berdiri pada tahun 2020 yang dimiliki oleh owner yang bernama Harky. Karsa Kafe sudah menyediakan fasilitas untuk pengunjung, seperti: toilet, wifi, AC, dan tempat sholat. Masalah yang dialami oleh Karsa Kafe adalah layanan yang diberikan belum mencapai kata optimal.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Karsa Kafe adanya keluhan konsumen pada Karsa Kafe di Kota Padang yang berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan. Masih ada pelayanan yang diberikan karyawan Karsa Kafe kepada konsumen yang belum optimal, seperti: dimensi wujud (*tangible*), yaitu fasilitas yang belum memadai (contohnya: jaringan wifi, tempat parkir, tempat sholat, alat makan, dan lain-lain). Selain itu, ruangan Karsa Kafe dinilai kurang bersih. Dimensi responsivitas (*responsiveness*), yaitu kurangnya perhatian karyawan kepada konsumen. Sedangkan kekurangan pada dimensi keandalan (*reliability*), yaitu layanan yang diberikan tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai: **”Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu: “Bagaimana kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan: “Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang.”

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

a. Penulis

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) dan menambah pengetahuan tentang manajemen, terutama mengenai kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan.

b. Akademik

Sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan, khususnya bagi Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

c. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan dapat dijadikan referensi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Karsa Kafe di Kota Padang dalam menyempurnakan kebijaksanaan manajemen agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pengunjung yang melalui dimensi kualitas pelayanan, yaitu: keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan wujud.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang menjadi salah satu faktor yang penting dalam keberhasilan suatu usahanya. Terdapat lima dimensi pokok dalam mengukur suatu kualitas pelayanan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah berkunjung pada Karsa Kafe di Kota Padang, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen atas dimensi kualitas pelayanan dari indikator keandalan (*reliability*) pada Karsa Kafe di Kota Padang adalah tinggi.
2. Kepuasan konsumen atas dimensi kualitas pelayanan dari indikator responsivitas (*responsiveness*) pada Karsa Kafe di Kota Padang adalah sangat tinggi.
3. Kepuasan konsumen atas dimensi kualitas pelayanan dari indikator jaminan (*assurance*) pada Karsa Kafe di Kota Padang adalah sangat tinggi.
4. Kepuasan konsumen atas dimensi kualitas pelayanan dari indikator empati (*empathy*) pada Karsa Kafe di Kota Padang adalah tinggi.
5. Kepuasan konsumen atas dimensi kualitas pelayanan dari indikator wujud (*tangible*) pada Karsa Kafe di Kota Padang adalah cukup tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada Karsa Kafe di Kota Padang, ada satu indikator yang 38 perlu ditingkatkan agar konsumen merasa puas atas kualitas pelayanan

yang diberikan indikator tersebut adalah indikator wujud (tangible) yang harus terus dikembangkan dan ditingkatkan agar kualitas pelayanan indikator wujud tersebut memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen Karsa Kafe di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, Riduwan. (2011). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Badjamal, F. A dan Sakaria, M. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Kopi Celebest di Kota Palu.” *Jurnal Ekonomi Trend*, 11-16.
- Didin, F dan Anang, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan K. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, D. M. (2015). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel.” *Jurnal Operations Excellence*, 158-174.
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2008. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2011. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Zhang, Y. 2013. “Measuring Service Quality of Online Banking in China.” Tesis Master, Department of Information, and Service Economy. *Aalto University School of Business*. 165-171.