

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP DI
KECAMATAN UJUNG BATU**

(Studi Kasus: *Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen*)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

REFLIZON

NIM : 1826022

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
ROKAN HULU**

2022

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP DI
KECAMATAN UJUNG BATU
(Studi Kasus: *Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen*)**

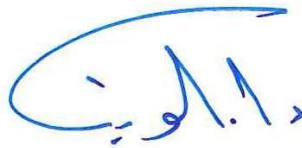
SKRIPSI

Oleh:

REFLIZON
NIM.1826022

Telah Disetujui,

Pembimbing I



Dr. Defidelwina, SP., M.Sc
NIDN. 1029098001

Pembimbing II



Laily Fitriana, SP., M.Si
NIDN. 1017107501

Pasir Pengaraian, 28 Januari 2022
Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian



Lufita Nur Alfiah, SP., M.Si
NIDN. 1013038203

Ketua Program Studi Agribisnis



Rina Febrinova, SE., MMA
NIDN. 1002028102

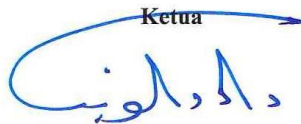
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP DI
KECAMATAN UJUNG BATU
(Studi Kasus: *Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen*)**

Yang di Susun dan di Ajukan oleh:

REFLIZON
NIM.1826022

Telah di Pertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal, 28 Janari 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua



Dr. Defidelwina, SP., M.Sc
NIDN. 1029098001

Anggota I



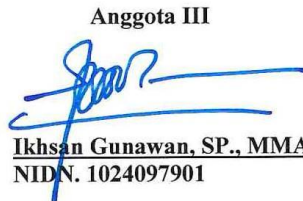
Laily Fitriana, SP., M.Si
NIDN. 1017107501

Anggota II



Rina Febrinova, SE., MMA
NIDN. 1002028102

Anggota III



Ikhsan Gunawan, SP., MMA
NIDN. 1024097901

Anggota IV



Danang Saputra, S.Pt., M.Si
NIDN. 1030068704

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE SHOP DI
KECAMATAN UJUNG BATU**

(Studi Kasus: *Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen*)

Reflizon *), Dr. Defidelwina, SP., M.Sc¹, Laily Fitriana., SP., M.Si²

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pangaraian

ABSTRAK

Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu *trend* baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai *Brand* Kafe di kota – kota besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap *Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen* di kecamatan Ujung Batu. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan analisis *costumer satisfaction index* (CSI) untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen di *coffee shop* didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin laki-laki, berusia lebih dari 25 tahun, tingkat pendidikan Sarjana, Suku melayu, pekerjaannya sebagai wiraswasta dan memiliki pendapatan lebih dari Rp 3.000.000. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen sebesar 92,68%, berarti konsumen sangat puas. Atribut yang perlu ditingkatkan, yaitu atribut *price's* karena tingkat kinerjanya tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen.

Kata Kunci: karakteristik, konsumen, *Coffee Shop*, *Customer Satisfaction Index*

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF COFFEE SHOP IN UJUNG
BATU DISTRICTS**

(Case Study: Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen)

Reflizon *), Dr. Defidelwina, SP., M.Sc¹⁾, Laily Fitriana., SP., M.Si²⁾

Agribusiness Study Program Faculty of Agriculture Pasir Pangaraian

University

ABSTRACT

The culture of drinking coffee today is a new trend that has emerged in various circles of society. The increasing demand for coffee has provoked the emergence of various Brand Cafés in big cities. This study aims to identify consumer characteristics and analyze the level of consumer satisfaction in the Chen-teng Coffee and Kitchen Coffee Shop in the districts of Ujung Batu. The analytical tools used in this study are: Descriptive analysis is used to identify consumer characteristics. Analysis of the Customer Satisfaction Index (CSI) is used to analyze the level of consumer satisfaction. The results showed that the characteristics of the consumers in the coffee shop dominated consumer male 25 years old, undergraduate education level, Malay ethnicity, worked as an entrepreneur and had an income of more than IDR 3,000,000. The measurement of the level of consumer satisfaction of 92.68%, meaning that consumers are very satisfied. Attributes that need to be improved price's attributes because the level of performance is not in lower than with the expectations consumers want.

Keywords: characteristics, consumers, Coffee Shop, Customer Satisfaction Index

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.wr.wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya, kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Coffee Shop Di Kecamatan Ujung Batu (Studi Kasus: Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen)**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian. Dalam menyelesaikan skripsi ini penyusun telah banyak mendapat bantuan dan saran dari berbagai pihak, untuk itu penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hardianto, S.Pd., M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Lufitah Nur Alfiah, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian pada Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Rina Febrinova, SE., M.MA selaku ketua program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Dr. Defidelwina, SP., M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Laily Fitriana, SP., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pada Penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dengan tujuan untuk menyempurnakan skripsi ini pada waktu yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Pasir Pengaraian, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. Kedai Kopi atau <i>Coffee Shop</i>	7
2.3. Perilaku Konsumen	8
2.3.1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.3.2. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.4. Kepuasan Konsumen.....	9
2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	9
2.4.2. Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	10
2.5. Bauran Pemasaran	10
2.6. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	14
2.7. Kerangka Pemikiran	15
2.8. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.4. Metode Analisis Data	20
3.4.1. Uji Validitas	20
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	20
3.4.3. Analisis Deskriptif.....	21
3.4.4. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	21

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI	27
4.1. Profil <i>Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	27
4.2. Visi <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kicthen</i>	27
4.3. Misi <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	27
4.4. Struktur Organisasi <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	28
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	29
5.1. Analisis Karakteristik Konsumen <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i> di Kecamatan Ujung Batu	29
5.1.1. Karakteristik Konsumen	29
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	32
5.2.1. Uji Validitas Variabel Tingkat Kepentingan dan Variabel Tingkat Kinerja	32
5.2.2. Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepentingan dan Variabel Tingkat Kinerja	33
5.3. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen <i>coffee shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i> di Kecamatan Ujung Batu	34
5.3.1. Indeks Kepuasan Konsumen	38
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	41
6.1. Kesimpulan.....	41
6.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Interval Skor Penilaian Nilai Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	22
Tabel 3.2. Kriteria Nilai CSI.....	24
Tabel 5.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 5.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	30
Tabel 5.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	30
Tabel 5.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 5.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	31
Tabel 5.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Suku	32
Tabel 5.7. Hasil Pengujian Validitas Variabel Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	33
Tabel 5.8. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	34
Tabel 5.9. Atribut di <i>Coffee Shop</i> Berdasarkan Tingkat Kepentingan.....	34
Tabel 5.10. Atribut di <i>Coffee Shop</i> Berdasarkan Tingkat Kinerja	34
Tabel 5.11. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1. Struktur Organsasi <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i> di Kecamatan Ujung Batu	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	44
Lampiran 2. Karakteristik Konsumen di <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	50
Lampiran 3. Tabulasi Skor Tingkat Kepentingan Konsumen di <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	52
Lampiran 4. Tabulasi Skor Tingkat Kinerja Konsumen di <i>Coffee Shop Chen-teng Coffee and Kitchen</i>	54
Lampiran 5. Uji validitas dan Reliabilitas Tingkat kepentingan.....	56
Lampiran 6. Uji validitas dan Reliabilitas Tingkat kinerja	59
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian	62