

## KUALITAS PELAYANAN PRIMA DI V-COFFEE PADANG

*(Excellent Service Quality At V-Coffee Padang)*

Lucy Febriyanti<sup>1</sup>, Juliana Siregar\*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Padang

Corresponding author, e-mail: [juliesiregar@fpp.unp.ac.id](mailto:juliesiregar@fpp.unp.ac.id)

### ABSTRACT

*The findings of the study do not support the idea that the authors examined, contrary to the author's first observations of the outstanding service provided at V-Coffee Padang. This study intends to define Excellent Service and Consumer Satisfaction at V-Coffee Padang and determine whether there is a relationship between the two. The research methodology is causal associative quantitative research. 5,200 customers have stopped by V-Coffee Padang in the past three months, making up the population. By giving out surveys about great service and customer happiness to up to 98 people, the sampling technique used incidental sampling. Before performing the hypothesis test, analytical requirements tests such as the coefficient of determination test, simple linear regression analysis, linearity test and homogeneity test are conducted using SPSS version 28.00. As of this writing, the consumer satisfaction variable (Y) and the exceptional service variable (X) are both included in the fairly good group with percentages of 46.9% and 63.3%, respectively. At V-Coffee Padang, the outstanding service variable has a 0.688 correlation to customer satisfaction, indicating a significant and favorable association between the two factors. The regression coefficient is 0.637, and the determination coefficient is (0.473) 47.3% and 52.7% are influenced by other factor.*

**Keyword:** *Excellent Service, Consumer Satisfaction*

### ABSTRAK

Penelitian berlatar belakang dari hasil observasi awal penulis terhadap pelayanan prima yang diterapkan di V-Coffee Padang belum sesuai dengan teori yang penulis pelajari. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui apakah terdapat hubungan antara Pelayanan Prima dan Kepuasan Konsumen di V-Coffee Padang. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi berjumlah 5.200 orang konsumen yang berkunjung ke V-Coffee Padang pada 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental sebanyak 98 orang dengan menyebarkan kuesioner terkait pelayanan prima dan kepuasan konsumen. Uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas merupakan uji persyaratan analisis yang dilakukan sebelum melaksanakan uji hipotesis yaitu pengujian korelasi, analisis regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 28.00. Hasil penulisan, variabel pelayanan prima (X) termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase 63,3%, dan variabel kepuasan konsumen (Y) termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase 46,9%. Variabel pelayanan prima memiliki korelasi terhadap kepuasan konsumen di V-Coffee Padang sebesar 0,688 yang mana kedua variabel memiliki hubungan yang kuat dan bernilai positif. Koefisien regresi diperoleh sebesar 0,637 serta diperoleh koefisiensi determinasi sebesar (0,473) 47,3% dan 52,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Pelayanan Prima, Kepuasan Konsumen

**How to Cite:** Lucy Febriyanti<sup>1</sup>, Juliana Siregar\*<sup>2</sup>. 2023. Kualitas Pelayanan Prima Di V-Coffee Padang. Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi, Vol 4 (1): pp. 36-40, DOI: 10.24036/jptbt.v4i1.896



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and repr in any medium, provided the original work is properly cited. ©2019 by author

### PENDAHULUAN

Para pelaku bisnis sangat antusias dalam mengikuti perkembangan usaha di era globalisasi saat ini. Mereka berlomba untuk mempromosikan usaha mereka dengan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada, menciptakan sebuah inovasi guna menarik perhatian konsumen serta

menjadi nilai tambah bagi konsumen. Banyaknya jenis usaha atau bisnis yang berkembang pesat di Indonesia saat ini, salah satunya dibidang jasa boga. Salah satu usaha boga yang berpeluang besar saat ini ialah coffee shop atau kedai kopi, yang pertumbuhannya telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil di Indonesia. Di Indonesia pada Agustus 2019 terdapat lebih dari 2.950 gerai kedai kopi, yang mana tumbuh hamper 20% dan totalnya lebih dari tiga kali lipat jumlah pada 2016 (Barkah *et al.*, 2021).

Coffee shop dapat dikategorikan sebagai salah satu jenis usaha atau bisnis dibidang jasa boga yang sudah akrab dengan gaya hidup masyarakat Indonesia. Coffee shop memanfaatkan seni penampilan baik makanan ataupun minuman sebagai daya tarik konsumen. Kedai kopi adalah sebuah restoran kecil yang menyediakan kopi dan minuman non-alkohol, serta makanan ringan dan fasilitas pendukung lainnya (Wiktionaty dalam Ashary, 2021).

Banyaknya kedai kopi yang berdiri, mengharuskan para pelaku usaha kopi bersaing secara sehat untuk mendapatkan hati konsumen dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan mengapa konsumen datang kembali untuk menikmati kopi, suasana atau makanan disuatu kedai kopi. Kepuasan konsumen salah satunya didapat melalui pelayanan yang maksimal. Pelayanan terbaik atau pelayanan prima merupakan kegiatan memfasilitasi jasa yang maksimal agar konsumen atau penerima jasa mendapatkan kepuasan.

V-Coffee adalah salah satu dari sekian banyak coffee shop atau kedai kopi di kota Padang, berdiri dari tahun 2018 hingga saat ini masih aktif. V-Coffee berlokasi di Jalan Raden Saleh No. 3, Rimbo Kaluang, Padang Barat berdekatan dengan Masjid Raya Sumatera Barat dan Gelanggang Olah Raga (GOR) H. Agus Salim. Setiap harinya mulai pukul 10.00 WIB hingga pukul 00.00 WIB, V-Coffee dapat dikunjungi untuk menikmati berbagai jenis minuman coffee dan non-coffee, makanan ringan dengan bahan yang terbaik.

Terdapat kesenjangan antara pelayanan yang seharusnya diberikan terhadap pelayanan yang diterima konsumen, seperti terdapat menu yang tidak tersedia saat itu, sehingga ia tak bisa mencicipi minuman/makanan tersebut, serta terdapat perubahan dalam pengolahan minuman dari yang sebelumnya, yang mana perubahan tersebut tak sesuai dengan harapan konsumen. Lalu ada yang berpendapat bahwa ia menyukai suasana V-Coffee Padang yang rimbun dan sejuk, namun baginya harga yang ditetapkan untuk sepori makanan dan minuman kurang sesuai baginya. Makanan dan minuman yang disajikan tak sesuai dengan yang ditawarkan, karyawan kurang ramah sehingga konsumen merasa kurang nyaman atas sikapnya tersebut

## BAHAN DAN METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat. Penelitian ini dilakukan di V-Coffee pada 11 Desember 2022 – 30 Desember 2022. Populasi berjumlah 5.200 orang konsumen yang berkunjung ke V-Coffee Padang pada 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental sebanyak 98 orang dengan menyebarkan kuesioner terkait pelayanan prima dan kepuasan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data variabel kualitas pelayanan prima dikumpulkan melalui 17 butir pernyataan yang selanjutnya disebarkan kepada 98 responden untuk dijabarkan. Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada variabel pelayanan prima di V-Coffee Padang dapat dilihat pada tabel di bawah ini dengan penjelasan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan Prima.

Kategori	Interval	Frequency	Percent	Cumulative percent
Sangat tidak baik	≤29,75	0	0	0
Kurang baik	29,76 – 38,25	3	3,1	3,1
Cukup baik	38,26 – 46,75	62	63,3	66,3
Baik	46,76 – 55,25	33	33,7	100,0
Sangat baik	≥55,25	0	0	100,0
<b>Total</b>		<b>98</b>	<b>100,0</b>	

Dari tabel di atas, variabel pelayanan prima di V-Coffee Padang termasuk pada kategori cukup baik dengan jumlah responden 62 orang dan persentase sebanyak 63,3%, lalu pada kategori baik sebanyak 33 orang dengan persentase 33,7% kategori kurang baik sebanyak 3 responden dengan persentase 3,1% serta untuk kategori sangat baik dan sangat tidak baik sebanyak 0%.

Selanjutnya untuk data variabel kepuasan konsumen dikumpulkan melalui 15 butir pernyataan yang selanjutnya disebarkan kepada 98 responden untuk dijabarkan. Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada variabel kepuasan konsumen di V-Coffee Padang dapat dilihat pada tabel di bawah ini dengan penjelasan sebagai berikut:

**Tabel 2.** Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen

Kategori	Interval	Frequency	Percent	Cumulative percent
Sangat tidak baik	≤26,25	2	2,0	2,0
Kurang baik	26,26 – 33,75	10	10,2	12,2
Cukup baik	33,76 – 41,25	46	46,9	59,2
Baik	41,26 – 48,75	38	38,8	98,0
Sangat baik	≥48,76	2	2,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,0</b>	

Dari tabel di atas, variabel pelayanan prima di V-Coffee Padang termasuk pada kategori cukup baik dengan jumlah responden 46 orang dan persentase sebanyak 46,9%, lalu pada kategori baik sebanyak 38 orang dengan persentase 38,8% kategori sangat baik sebanyak 2 responden dengan persentase 2,0%, kategori kurang baik sebanyak 10 responden dengan persentase 10,2%, dan kategori sangat tidak baik sebanyak 2 responden dengan persentase 2,0%.

Uji Hipotesis

**Tabel 3.** Hasil Uji Korelasi

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.910	1	446.910	86.286	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	497.222	96	5.179		
	Total	944.133	97			

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai F sebesar 86,286 dengan signifikansi <0,001 kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan Ha diterima dan Ho ditolak. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan prima dan kepuasan konsumen di V-Coffee Padang.

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.847	3.087		4.810	<.001
	Pelayanan Prima	.637	.069	.688	9.289	<.001

Berdasarkan tabel di atas diperoleh koefisiensi regresi sebesar 0,637 dengan nilai signifikansi <0,001 kecil dari 0,05, artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan pelayanan prima (X) akan meningkatkan 0,637 satuan kepuasan konsumen (Y).

**Tabel 6.** Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 <sup>a</sup>	.473	.468	2.276

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,473, berarti variabel pelayanan prima (X) berpengaruh sebesar 47,3% terhadap kepuasan konsumen (Y) di V-Coffee Padang, dan 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

**1. Pelayanan Prima (X)**

Hasil penelitian yang telah dilakukan dari 98 responden yang berkunjung ke V-Coffee Padang, variabel pelayanan prima dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 63,3%. Menurut Ernawati *et al.* (2008, dalam Hasanah, 2016) pelayanan prima adalah upaya terbesar yang dapat dilakukan oleh petugas layanan dari industri jasa dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan untuk mencapai rasa kepuasan.

Perlu diadakannya evaluasi dan strategi peningkatan pelayanan prima bagi pihak pelaku usaha kepada seluruh karyawan di V-Coffee Padang, karena pada variabel pelayanan prima masih belum mencapai kategori sangat baik yang mana hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml, Bitner dan Gremler (Apriyani dan Sunarti, 2017, dalam menilai sebuah pelayanan dapat dikatakan prima/semurna, terdapat 5 indikator yang harus dipenuhi.

Sebuah pelayanan dapat dikatakan sempurna apabila telah memenuhi penilaian yang sempurna pada kelima indikator pelayanan prima. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara keseluruhan pelayanan prima di V-Coffee Padang berada pada kategori cukup baik. Sehingga perlu diadakannya evaluasi dan strategi peningkatan pelayanan prima bagi pihak pelaku usaha kepada seluruh karyawan di V-Coffee Padang.

## 2. Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian yang telah dilakukan dari 98 responden yang berkunjung ke V-Coffee Padang, variabel kepuasan konsumen dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 46,9%. Kotler dan Keller dalam Ashary (2021) mendefinisikan kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performance produk terhadap ekspektasi mereka. Jika performance gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen menjadi tidak puas. Jika performance melebihi ekspektasi, maka konsumen merasa sangat puas.

Tingkat pelayanan prima di V-Coffee Padang masih dalam kategori cukup baik, sehingga tingkat kepuasan konsumen di V-Coffee Padang juga berada pada kategori cukup baik. Diperlukannya upaya dan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan prima di V-Coffee Padang yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga tingkat kepuasan konsumen juga tinggi, sebaliknya, jika pelayanan prima yang diberikan rendah atau tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan disuatu usaha belum bisa memenuhi kepuasan konsumen.

Pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan dari kepuasan konsumen, hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono dalam Anggun dalam Annisa (2019), kepuasan konsumen menjadi dasar yang baik bagi konsumen, mendorong terciptanya loyalitas konsumen, hubungan konsumen dengan pelaku usaha menjadi harmonis serta membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi pelaku usaha.

## 3. Hubungan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen di V-Coffee Padang dilakukan dengan bantuan SPSS 28.00, hasil uji korelasi diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,688\*\*, artinya derajat hubungan antara variabel pelayanan prima dengan kepuasan konsumen sebesar 0,688 yang mana dalam pedoman derajat hubungan, kedua variabel memiliki korelasi yang kuat dan bernilai positif.

Nilai signifikansi kedua variabel tabel di atas sebesar  $< 0,001$ , yang mana  $< 0,001$  kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil uji korelasi di atas, bahwa variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) memiliki korelasi dengan derajat hubungan kuat dan bentuk hubungannya positif. Dalam penelitian ini, maksud dari hubungan yang positif ialah semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan prima maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen di V-Coffee Padang.

Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,473, artinya pengaruh variabel pelayanan prima (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,473 (47,3%), sedangkan 52,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Maka hipotesis yang diterima adalah  $H_a$ , dan  $H_0$  ditolak. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa koefisien regresi sebesar 0,637 yang artinya setiap penambahan 1 satuan keputusan pembelian, dapat meningkatkan niat beli kembali sebesar 0,637 satuan, yang berarti pelayanan prima di V-Coffee Padang dapat meningkatkan niat membeli kembali.

Ketika seorang konsumen mendapatkan pelayanan yang sempurna, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga tinggi. Dikarenakan tingkat kepuasan yang tinggi, maka indikator kepuasan konsumen menurut Pramana dalam Ruci dalam Annisa (2019) akan berada pada kategori sangat baik. Tidak menutup kemungkinan konsumen akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang, serta bersikap loyal terhadap kedai kopi tersebut, sehingga kedai kopi akan mendapatkan keuntungan dan kunjungan kedai kopi akan meningkat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di V-Coffee Padang sebesar 47,3% dan juga terdapat faktor lain diluar penelitian yang memengaruhi kepuasan konsumen sebesar 52,8%. Hasil uji korelasi diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,688, artinya derajat hubungan antara variabel pelayanan prima dengan kepuasan konsumen memiliki korelasi yang kuat dan bernilai positif. Maka dari itu V-Coffee Padang harus meningkatkan kualitas pelayanan prima serta memberikan pengalaman yang baik dan positif kepada konsumen, agar keinginan dan kesesuaian kinerja produk/jasa yang konsumen terima sesuai dengan yang diharapkan.

## DAFTAR REFERENSI

Aliyyah Apriyani, Dwi & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di The Little A Coffee Shop Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol.51, No 2.

- 
- Annisa, R. S. C. (2019). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen di Restoran O'Chicken Padang. *Jurnal Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang*, Vol.1, No.1
- Ashary, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Parewa Coffee Pantai Purus Padang. Skripsi. Padang: Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP.
- Barkah, M., Agustriana, K., Sharif, S. A., Ekomadyo, A. S., & Susanto, V. (2021) Komparasi Pengaruh Hubungan Keterikatan Tempat dan Citra Tempat Ketiga terhadap Desain Kafe. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, Vol.4, No.1: 9.
- Hasanah, F. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Jade Bamboo Resto Yogyakarta. *Jurnal Keluarga*, Vol.2, No.1: 8-9.
- Kedai kopi. (2016). Pada KBBI Daring. Diakses pada 14 Oktober 2022, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kedai%20kopi>
- Nurmah, S. (2018). *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah*. Jakarta: Kencana.
- Pamekas, M. (2021). *Pelayanan Prima*. Klaten: Lakeisha.
- Saraswati, E., dkk. (2016). *Guru Pembelajar Modul Paket Keahlian Jasa Boga Sekolah Menengah Kejuruan*. Jakarta: Kemendikbud
- Sari, P. R., & Suherman, S. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Coffeeshop (Studi Kasus pada Coffeeshop Bacarito Kopi di Padang). *Journal of Mathematics UNP*, Vol. 3, No.1: 60.
- Selvi Wasdi Rahayu. (2020). "Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Fanybella Resto dan Café di MTC Giant Panam di Tinjau Menurut Ekonomi Islam". Skripsi. Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umbase, C. Z., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(5), 390-395