

## Analisis Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan di Senator Street Cafe

### *Analysis Of Consumer Satisfaction And Service Quality At Senator Street Cafe*

Fenny Kuswantini<sup>1</sup>.

<sup>1,2</sup>Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Fenny Kuswantini<sup>1</sup>, email: [fenny10121832@digitechuniversity.ac.id](mailto:fenny10121832@digitechuniversity.ac.id)

#### Info Artikel

##### Riwayat Artikel:

Diajukan: 30/07/2025

Diterima: 30/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

##### Kata Kunci:

Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

#### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Senator Street Cafe, Kabupaten Bandung Barat. Isu ini penting karena pelayanan yang unggul merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan daya saing usaha di industri kafe. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelanggan, karyawan, dan pemilik kafe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti keramahan staf, kecepatan layanan, kebersihan, kenyamanan suasana, dan pengetahuan produk sangat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan merasa puas terhadap rasa produk, penyajian, serta suasana yang nyaman, dan menilai bahwa empati, responsivitas, dan bukti fisik turut memperkuat pengalaman positif mereka. Penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan yang konsisten dan berkualitas berdampak signifikan terhadap kepuasan dan potensi loyalitas pelanggan. Implikasinya, manajemen kafe disarankan untuk menjaga standar pelayanan dan terus berinovasi dalam menciptakan pengalaman konsumen yang optimal. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pelayanan serta menjadi referensi praktis bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pelayanan berbasis pengalaman pelanggan.

#### A B S T R A C T

##### Keywords:

Consumer Satisfaction, Service Quality Loyalty

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i8>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

This study aims to analyze the relationship between service quality and customer satisfaction at Senator Street Cafe, located in West Bandung Regency. The issue is significant as high-quality service is essential for fostering customer loyalty and competitive advantage in the café industry. The research employed a descriptive qualitative approach, collecting data through interviews, observations, and documentation involving customers, employees, and the café owner. The findings reveal that key dimensions of service quality such as staff friendliness, service speed, cleanliness, comfortable atmosphere, and product knowledge greatly influence customer satisfaction. Customers expressed satisfaction with the product taste, presentation, and overall ambiance, while empathy, responsiveness, and tangible elements reinforced their positive experience. The study concludes that consistent, high-quality service plays a crucial role in enhancing satisfaction and building customer loyalty. It is recommended that café management maintain service standards and continuously innovate to optimize the customer experience. These findings contribute to the development of service management theory and offer practical insights for business actors in designing experience-based service strategies.

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

## 1. Pendahuluan

Dalam era persaingan industri makanan dan minuman yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi dua indikator kunci keberhasilan usaha, khususnya di sektor kafe. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menghargai pengalaman pelanggan, kenyamanan tempat, serta interaksi personal dalam proses layanan, menjadikan aspek pelayanan tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan sebagai penentu utama loyalitas konsumen (Tjiptono, 2017).

Senator Street Cafe, yang berlokasi di Citapen, Kecamatan Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat, merupakan salah satu pelaku usaha kuliner yang tengah berkembang dan berupaya mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang ketat. Di tengah meningkatnya jumlah kafe dan restoran dengan konsep serupa, mempertahankan pelanggan tidak cukup hanya dengan produk yang enak, melainkan harus ditunjang dengan pelayanan yang mampu menciptakan nilai tambah dan pengalaman emosional positif bagi konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan konsumen secara umum didefinisikan sebagai evaluasi subjektif pelanggan terhadap seberapa baik produk atau layanan memenuhi ekspektasi mereka (Kotler & Armstrong, 2017). Di sisi lain, kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan atas keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik yang ditawarkan oleh penyedia jasa (Parasuraman et al., 1988). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan berdampak langsung pada pertumbuhan bisnis (Sambara et al., 2021; Yola, 2013).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Senator Street Cafe memengaruhi tingkat kepuasan konsumennya. Fokus kajian tidak hanya terletak pada aspek teknis pelayanan seperti kecepatan atau ketepatan, tetapi juga pada pengalaman holistik yang dirasakan pelanggan, mencakup kenyamanan suasana, empati staf, serta pengetahuan terhadap produk. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi pihak manajemen kafe dalam menyusun kebijakan peningkatan layanan berbasis kebutuhan dan harapan konsumen secara nyata.

## 2. Kajian Teori

### 1) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap perbandingan antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan dipengaruhi oleh kualitas layanan, pengalaman, dan persepsi nilai (Tjiptono, 2019). Indikatornya meliputi: kesesuaian harapan, keinginan kembali, dan rekomendasi kepada orang lain.

### 2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan memenuhi ekspektasi pelanggan. Model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) mencakup lima dimensi utama:

- a. *Tangibles*: bukti fisik
- b. *Reliability*: keandalan
- c. *Responsiveness*: daya tanggap
- d. *Assurance*: jaminan
- e. *Empathy*: empati

### 3) Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Berbagai penelitian menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Pelayanan yang konsisten dan berkualitas akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas (Yola, 2013; Tjiptono, 2011).

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen di Senator Street Cafe, Kabupaten Bandung Barat. Pendekatan yang digunakan bersifat induktif, di mana data empiris di lapangan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan umum mengenai relasi antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan induktif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman kontekstual, menyeluruh, dan alami terhadap persepsi konsumen dan dinamika layanan yang terjadi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan Senator Street Cafe, serta pihak manajemen dan karyawan yang terlibat langsung dalam proses pelayanan.

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan dipilih dari pelanggan yang telah beberapa kali berkunjung, karyawan pelayanan, dan pemilik kafe. Ukuran sampel tidak ditentukan secara kuantitatif, tetapi cukup hingga data mencapai titik jenuh (*saturation*).

Sumber data dari penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pelanggan, karyawan, dan pemilik kafe, serta observasi lapangan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi internal kafe, referensi pustaka, serta artikel dan berita relevan yang mendukung analisis.

Teknik pengumpulan data wawancara mendalam yaitu dilakukan kepada informan utama (pelanggan dan pemilik kafe), dengan melakukan observasi langsung terhadap suasana pelayanan, interaksi staf-pelanggan, dan fasilitas fisik kafe. Selain itu ada studi dokumentasi yang mencakup *review* terhadap catatan kafe, media sosial, dan ulasan pelanggan

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan mereduksi data, menyusun dalam bentuk narasi, dan mengidentifikasi pola-pola makna yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Analisis dilakukan melalui proses interpretasi temuan lapangan yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang telah dibahas sebelumnya.

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Senator Street Cafe dinilai baik oleh para pelanggannya. Dari hasil wawancara dan observasi langsung, terlihat bahwa pelanggan merasa nyaman berada di kafe tersebut karena suasana yang bersih, penataan ruang yang menarik, serta adanya spot foto yang mendukung kebutuhan gaya hidup digital, terutama di kalangan anak muda. Tampilan fisik kafe yang rapi, fasilitas yang memadai, dan kebersihan area pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memberikan kesan positif bagi pengunjung.

Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh staf kafe dinilai konsisten dan profesional. Pelanggan mengaku bahwa pesanan yang mereka ajukan jarang mengalami kesalahan, dan waktu tunggu relatif singkat. Hal ini menunjukkan adanya keandalan dalam sistem pelayanan yang berjalan. Pelayanan yang cepat dan tanggap dari staf juga menjadi salah satu hal yang paling diapresiasi. Ketika pelanggan membutuhkan bantuan atau menanyakan informasi mengenai menu, staf dengan sigap memberikan respons yang jelas dan sopan. Keramahan dalam menyambut pelanggan, termasuk sikap yang menyenangkan dan penggunaan bahasa yang santun, menciptakan pengalaman yang membuat pelanggan merasa dihargai.

Kepercayaan pelanggan terhadap layanan juga terlihat dari keyakinan mereka akan keamanan dan kebersihan makanan, serta sikap profesional para pelayan. Beberapa pelanggan bahkan menyebutkan bahwa mereka merasa seperti dilayani secara personal karena adanya pendekatan yang hangat dari staf, terutama bagi pelanggan yang sudah beberapa kali datang. Sikap empatik seperti ini membangun kedekatan emosional antara pelanggan dan tempat usaha, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas.

Berdasarkan pengalaman mereka, banyak pelanggan menyatakan bahwa mereka puas dengan rasa makanan dan minuman yang disajikan, serta merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diterima. Mereka juga merasa nyaman untuk berlama-lama di kafe karena suasananya mendukung baik untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul bersama teman. Rasa puas ini tercermin dari keinginan pelanggan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan tempat ini kepada orang lain.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang diterima pelanggan memberikan kontribusi besar terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Setiap dimensi pelayanan baik itu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, maupun empati berpengaruh langsung terhadap persepsi positif pelanggan terhadap Senator Street Cafe. Hal ini menguatkan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya berkaitan dengan teknis penyajian, tetapi juga menyangkut pengalaman emosional yang dirasakan oleh pelanggan selama berada di tempat tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sangat erat, dan menjadi faktor penting yang perlu dipertahankan oleh pihak manajemen dalam pengelolaan usahanya.

## 5. Penutup

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Senator Street Cafe berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten, ditambah dengan suasana kafe yang nyaman dan estetik, memberikan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan. Kelima dimensi kualitas pelayanan yakni bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati muncul dalam praktik sehari-hari di kafe ini, dan secara langsung memengaruhi persepsi serta kepuasan konsumen.

Pelanggan merasa puas tidak hanya karena rasa makanan yang sesuai harapan, tetapi juga karena mereka merasa diperhatikan dan dihargai oleh staf kafe. Pelayanan yang tidak bersifat formal semata, tetapi juga menyentuh aspek emosional, menjadi nilai tambah yang memperkuat hubungan antara pelanggan dan tempat usaha. Temuan ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi, dan berdampak pada kemungkinan pelanggan untuk kembali serta merekomendasikan kafe kepada orang lain.

### Saran

Bagi pengelola Senator Street Cafe, penting untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah baik, terutama dalam hal kecepatan pelayanan, sikap ramah staf, dan kenyamanan tempat. Diperlukan pelatihan berkala bagi karyawan agar standar pelayanan tetap konsisten dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pelanggan. Selain itu, inovasi dalam variasi produk dan penyesuaian desain ruang secara berkala dapat menjadi strategi untuk memperkuat daya tarik dan pengalaman konsumen.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat mengukur pengaruh antar variabel secara statistik. Penelitian mendatang juga dapat membandingkan kualitas pelayanan di beberapa kafe lain guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di industri kuliner lokal.

## 6. Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya kegiatan Penelitian Ilmiah Manajemen ini dapat terselenggara dengan baik. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

## 7. Referensi

- Aisyah, S. R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe ' S Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 168–179.
- Anggreini, M., Ginting, B., & Suherman, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Patroli Kopi Karawang. 1(2), 464–469.
- Anwar, M. V. H., & Indayani, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 13. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.49>
- ARIGA, M. A. (2023). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Drop Coffe Medan. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 13. <https://repository.uma.ac.id/handle/123456789/19678>
- Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan. 1(4), 1590–1599.
- Khoiria, S. N., & Anwar US, K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- Latif, B. S., & Priyanti, K. N. (2024). Faktor Self Service Technology Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Masalalu Cafe , Rawa Domba. *Journal of Student Research (JSR)*, 2(3), 11–16.
- Maulidia Putri, & Yuke Permata Lisna. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopigo Padang. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 105–111. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2315>
- Nugroho, H. W., Harini, S., & Silaningsih, E. (2024). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Serta Pengaruhnya

- Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Greenwheels Coffee Idn). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(1), 12–25.
- Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Pengaruh, A., Produk, K., Dan, K. P., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2021). *STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE 3 . AM KOFFIE SPOT MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY , SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT CAFE 3 . AM KOFFIE SPOT MANADO Jurnal EMBA Vol . 9 No . 4 Oktober. 9(4)*, 126–135.
- Sriwahyuni, Tutik, J., & Ningrum, I. K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Shopee. *Pendidikan edutama*, 1–8.
- Syariful, M., & Untung, S. (2020). Effect of Service Quality and Product Quality on Customer. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204–211.
- Taroreh, S. F., Lapian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K7 di Amurang Kabupaten Minahasa Selatan selama masa New Normal. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 1354–1364. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52477>