

## Analisis kualitas pelayanan agar mengetahui perilaku konsumen di Kafe Pulang Pergi

### *Analysis of service quality to determine consumer behavior in Pulang Pergi Cafes*

Putri Nabila S<sup>1</sup>, Sigit Djalu P<sup>2</sup>

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

Narahubung: Putri Nabila S<sup>1</sup>, email: [putri10121882@digitechuniversity.ac.id](mailto:putri10121882@digitechuniversity.ac.id)

#### Info Artikel

##### Riwayat Artikel:

Diajukan: 16/07/2025

Diterima: 18/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

##### Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Perilaku  
Konsumen Kafe, Loyalitas  
Konsumen, Pelayanan Konsumen

#### A B S T R A K

Kafe Pulang Pergi merupakan sebuah UMKM di bidang minuman yang berlokasi di Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen di Kafe Pulang Pergi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pertumbuhan industri kafe yang pesat dan meningkatnya persaingan bisnis yang mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen demi menjaga loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap seluruh narasumber. Kualitas pelayanan dianalisis berdasarkan lima dimensi yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam membentuk kepuasan, loyalitas, dan niat beli ulang. Konsumen cenderung kembali berkunjung dan merekomendasikan kafe kepada orang lain ketika mendapatkan pelayanan yang konsisten, cepat tanggap, informatif, dan empatik. Sebaliknya pelayanan yang tidak konsisten dapat menurunkan kepuasan dan loyalitas. Penelitian ini menyarankan agar Kafe Pulang Pergi membuat implementasi standar operasional pelayanan, meningkatkan pelatihan pegawai, dan mengoptimalkan kenyamanan fasilitas fisik.

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

*Pulang Pergi Cafe is an UMKM in the beverage sector located in West Bandung Regency. This study analyzes the effect of service quality on consumer behavior at Pulang Pergi Cafe. The background of this research is based on the rapid growth of the cafe industry and increased business competition which encourages businesses to improve service quality which affects consumer behavior in order to maintain consumer loyalty. This research uses a qualitative approach with data collection methods through interviews, observation, and documentation of all sources. Service quality is analyzed based on five dimensions, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results showed that service quality significantly influences consumer behavior, especially in shaping satisfaction, loyalty, and repurchase intentions. Consumers tend to return to visit and recommend the cafe to others when they get consistent, responsive, informative, and empathetic service. Conversely, inconsistent service can reduce satisfaction and loyalty. This study recommends that Pulang Pergi Cafe make an implementation of service operational standards, improve employee training, and optimize the comfort of physical facilities.*

##### Keywords:

Service Quality, Consumer Behavior,  
Consumer Loyalty, Consumer Service

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.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

## 1. Pendahuluan

Industri kafe Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar tetapi juga di daerah penyangga seperti Kabupaten Bandung Barat. Fungsi kafe berubah dari sekadar tempat untuk menikmati makanan dan minuman menjadi ruang sosial multifungsi karena gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis. Kafe adalah tempat orang berkumpul, bekerja, belajar, dan membuat konten kreatif. Kafe Pulang Pergi, salah satu contoh UMKM yang memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan suasana yang indah dan konsep *vintage* yang unik. Pasarnya didominasi oleh generasi muda, mahasiswa, dan pekerja kreatif yang membutuhkan ruang yang nyaman untuk beraktivitas.

Kafe Pulang Pergi menghadapi tantangan dalam hal kualitas pelayanan meskipun memiliki daya tarik. Beberapa kendala utama yang muncul termasuk kurangnya pelatihan pegawai secara berkala, pelaksanaan standar operasional prosedur (SOP) yang tidak optimal, dan fasilitas fisik yang tidak mendukung kenyamanan pengunjung, seperti kursi dan meja yang tidak ergonomis dan kurangnya ventilasi udara. Tantangan seperti ini dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sebab, pengalaman pelanggan sangat penting dalam industri jasa seperti kafe untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan (Indrasari, 2019).

Dalam hal ini, persepsi dan perilaku pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa elemen pelayanan, yang mencakup elemen *tangible*, *reliability*, *response*, *assurance*, dan *empathy*, memengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan mereka untuk membeli barang. Studi oleh Salika dan Surono (2021) menemukan bahwa layanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Begitu pula, temuan Laia (2023) menunjukkan bahwa layanan optimal dapat menyebabkan pengalaman yang positif, minat beli ulang, dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang lebih baik.

Meskipun demikian, belum ada penelitian sebelumnya yang secara khusus menyelidiki pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku pelanggan di Kafe Pulang Pergi. Namun, konsep, segmentasi pasar, dan nilai pengalaman yang ditawarkan kafe ini berbeda. Kondisi ini membuat penelitian langsung diperlukan untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan memengaruhi perilaku pelanggan di kafe. Hal ini juga penting mengingat pelanggan masa kini lebih selektif dan responsif terhadap apa yang mereka terima dari layanan.

Oleh karena itu, penelitian ini berkonsentrasi pada mengamati bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi perilaku pelanggan di Kafe Pulang Pergi. Secara khusus, penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi perilaku pelanggan, dan (2) untuk menentukan aspek layanan mana yang paling penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara praktis.

## 2. Kajian Teori

### Kualitas Pelayanan

Pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan standar yang memuaskan dan sesuai harapan, menurut Indrasari (2019). Parasuraman membuat model SERVQUAL, yang merupakan salah satu acuan utama untuk menilai kualitas layanan. Menurut model ini, ada lima dimensi: (1) *tangible*, yaitu tampilan fisik fasilitas dan sumber daya manusia; (2) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan secara andal dan konsisten; (3) *Responsiveness*, yaitu kesediaan membantu pelanggan secara cepat dan tanggap; (4) *Assurance*, kompetensi, dan kesopanan staf yang mampu menumbuhkan kepercayaan; dan (5) *Empathy*, perhatian, dan kepedulian pribadi terhadap pelanggan (Laia, 2023).

Kelima dimensi SERVQUAL memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk menilai performa layanan dalam usaha kafe. Keberhasilan kafe dalam menyediakan layanan berdasarkan kelima indikator tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong loyalitas, dan meningkatkan citra perusahaan. Dalam industri jasa, terutama di sektor kreatif seperti kafe, di mana nilai emosional dan interaksi sosial sangat penting untuk pengalaman pelanggan, pelayanan yang tanggap dan personal sangat penting.

### Perilaku Konsumen

Pilihan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya termasuk dalam kategori perilaku konsumen. Zainurossalamia (2020) mengatakan bahwa faktor psikologis, pribadi, sosial, dan budaya yang memengaruhi perilaku konsumen memengaruhi bagaimana mereka merespon suatu produk atau layanan. Konsumen tidak hanya menilai kualitas produk secara fisik tetapi juga bagaimana penyedia layanan memperlakukan mereka.

Beberapa indikator utama perilaku konsumen dalam hal ini termasuk minat untuk membeli ulang, kepuasan setelah menerima pelayanan, dan keinginan untuk menyarankan barang atau jasa tersebut kepada orang lain. Pelayanan yang diterima pelanggan sangat memengaruhi perilaku pelanggan, menurut Salika dan Surono (2021). Konsumen yang merasa puas cenderung menjadi loyal dan sering membeli barang lain. Bahkan pelanggan yang merasa dipahami dan dihargai, melalui rekomendasi dan ulasan positif, cenderung menjadi agen promosi tidak langsung.

Bisnis seperti pemilik Kafe Pulang Pergi membutuhkan pemahaman tentang perilaku pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan, harapan, dan preferensi pelanggan, manajer dapat membuat strategi pelayanan yang efektif dan sesuai dengan dinamika sosial pelanggan lokal.

### 3. Metode Penelitian

Untuk menyelidiki fenomena yang terjadi di Kafe Pulang Pergi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan perilaku pelanggan, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana persepsi dan pengalaman pelanggan memengaruhi pelayanan yang diberikan oleh pihak kafe. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual kondisi aktual yang terjadi di lapangan.

Kafe Pulang Pergi terletak di Jl. Mahmud No. 353, Rahayu, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Kafe ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki fitur unik dan menghadirkan pengalaman yang berbeda dari kafe lain di sekitarnya. Oleh karena itu, kafe ini menjadi objek yang relevan untuk dikaji. Peneliti memilih satu pemilik kafe dan sepuluh pelanggan aktif yang sering berkunjung ke kafe tersebut sebagai informan utama yang terdiri dari 10 orang konsumen aktif dan 1 pemilik kafe. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, subjek penelitian dipilih secara acak berdasarkan faktor-faktor tertentu, seperti frekuensi kunjungan, keterlibatan dalam aktivitas di kafe, dan keengganan untuk memberikan informasi yang mendalam.

Tiga metode utama pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung dengan melihat pekerjaan pelayanan di lokasi, seperti bagaimana karyawan melayani pelanggan dan bagaimana pelanggan menanggapi layanan mereka. Pertanyaan wawancara yang disusun secara semi-terstruktur namun tetap terarah pada fokus penelitian digunakan untuk mengumpulkan informasi dari informan tentang pengalaman mereka saat menggunakan layanan di Kafe Pulang Pergi. Data primer diperkuat dengan dokumentasi, misalnya dengan meninjau konten promosi, tampilan media sosial, menu, dan desain interior kafe yang membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan.

Untuk menganalisis data yang diperoleh, metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman digunakan. Metode ini mencakup tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam tahap pertama, informasi penting dipilih dari temuan wawancara dan observasi, dan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi sistematis dan tematik yang sesuai dengan fokus penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang melibatkan penyusunan kesimpulan berdasarkan pola. Untuk menjamin validitas data, teknik triangulasi sumber digunakan untuk membandingkan informasi dari pemilik kafe, konsumen, dan peneliti.

### 4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan di Kafe Pulang Pergi. Sebagian besar pelanggan mengatakan bahwa layanan yang mereka terima buruk, menurut observasi dan wawancara dengan banyak informan. Meskipun kafe memiliki konsep artistik dan suasana yang nyaman, beberapa pelanggan mengeluh tentang ketidaksesuaian antara pelayanan yang mereka harapkan dan apa yang mereka terima. Hal ini ditunjukkan oleh waktu penyajian makanan yang cukup lama di tengah kesibukan, serta kurangnya respons staf terhadap keluhan. Namun, aspek pelayanan yang dihargai termasuk

keramahan karyawan dan kebersihan tempat. Keadaan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih kurang, dan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, diperlukan peningkatan.

Untuk mendukung temuan penelitian, berikut adalah hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelanggan tetap Kafe Pulang Pergi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dan menghasilkan kutipan tematik yang menggambarkan bagaimana mereka melihat layanan yang mereka terima:

Tabel 1. Hasil Wawancara Konsumen

Kode Informan	Dimensi Servqual	Kutipan Wawancara
I-1	Tangibles	"Interiornya cozy banget, Instagramable, cocok buat nugas atau nongkrong"
I-2	Responsiveness	"Pas ramai pesanannya suka lama banget, sampai lebih dari setengah jam"
I-3	Empathy	"Mbak-mbaknya ramah sih, tapi kadang suka lupa pesanan kita"
I-4	Reliability	"Kadang rasanya enak, kadang kayak kurang konsisten, kaya berubah-ubah"
I-5	Assurance	"Tempatnya bersih dan produk aman tapi pelayanan nggak semua paham menu"

Hasil wawancara memperkuat kesimpulan bahwa aspek tangible menjadi kekuatan utama, dan bahwa responsifitas dan kepercayaan menjadi titik lemah yang perlu ditingkatkan. Pelanggan mengapresiasi keramahan staf, tetapi kurang puas dengan konsistensi dan pemahaman staf tentang produk. Sementara itu, dimensi empati dan keyakinan berada pada posisi sedang.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh fitur fisik dan suasana; konsistensi layanan dan kecepatan staf untuk memenuhi kebutuhan pelanggan juga berperan. Kafe Pulang Pergi harus meningkatkan prosedur operasional standar (SOP) pelayanan, menambah staf saat jam sibuk, dan memberikan pelatihan berkelanjutan terkait penanganan pelanggan dan komunikasi.

Di Kafe Pulang Pergi, hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya optimal, meskipun konsep dan suasana telah menarik pelanggan. Di antara lima dimensi SERVQUAL, dimensi tangibles dan empati paling diprioritaskan oleh konsumen. Sebagian besar pelanggan senang dengan tampilan dan suasana yang ditawarkan oleh kafe. Suasana yang unik dan indah menjadi daya tarik utama, terutama bagi generasi muda yang menjadikan kafe sebagai tempat untuk bersosialisasi dan bekerja.

Namun, ada beberapa kelemahan terkait reliabilitas dan responsifitas. Konsumen mengatakan bahwa pelayanan staf kadang-kadang tidak konsisten. Saat-saat tertentu, terutama saat kafe penuh, pelayanan mungkin lambat dan karyawan tampaknya kewalahan. Menurut beberapa sumber, waktu tunggu pesanan bisa lebih dari tiga puluh menit tanpa pemberitahuan. Ini menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan tidak sejalan dengan pelayanan yang mereka terima, yang berdampak pada kepuasan mereka dan kesetiaan mereka.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa meskipun sistem pelayanan yang profesional tidak ada, beberapa pelanggan masih merasa dihargai karena keramahan dan kepedulian staf. Dalam hal keamanan, mayoritas informan menyatakan bahwa mereka cukup aman dan percaya pada kualitas produk dan kebersihan lokasi. Namun, mereka mengharapkan staf dilatih secara teratur agar lebih mahir, memahami produk, dan bijak menangani keluhan pelanggan.

Secara keseluruhan, perilaku konsumen yang diamati dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ada kekurangan pelayanan, mereka tetap setia karena faktor-faktor seperti suasana, lokasi strategis, dan gagasan unik. Perilaku kunjung ulang dan promosi dari mulut ke mulut menunjukkan loyalitas ini. Namun, seiring meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap pelayanan yang responsif dan profesional, loyalitas pelanggan akan menurun jika aspek pelayanan tidak ditingkatkan segera.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Salika dan Surono (2021), yang menemukan bahwa elemen pelayanan seperti ketanggapan dan keandalan sangat memengaruhi loyalitas pelanggan, terutama dalam industri jasa seperti kafe. Selain itu, temuan ini memperkuat temuan Laia (2023) yang menyatakan bahwa pelayanan yang tidak konsisten dapat menghambat keinginan pelanggan untuk membeli barang lagi meskipun lingkungan tempatnya menarik.

## 5. Penutup

Menurut penelitian ini, perilaku pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan di Kafe Pulang Pergi. Kafe memiliki keunggulan fisik seperti suasana dan estetika tempat (dimensi tangible), tetapi masih ada kelemahan seperti responsifitas dan kepercayaan. Pelayanan yang tidak konsisten, terutama di jam sibuk, serta keterbatasan staf untuk memberikan informasi yang akurat dan respons cepat adalah beberapa hambatan utama untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan layanan melalui pelatihan karyawan, perbaikan prosedur operasional standar, dan penambahan jumlah karyawan yang diperlukan sangat penting. Oleh karena itu, Kafe Pulang Pergi diharapkan dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya dan bersaing secara berkelanjutan di antara banyaknya kafe di industri ini.

Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis untuk memperkuat gagasan SERVQUAL sebagai alat untuk mengukur kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan dengan pendekatan campuran (mixed methods) untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan dapat diukur.

## 6. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kafe Pulang Pergi yang telah memberikan izin dan data selama proses penelitian, serta kepada informan yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga.

## 7. Referensi

- Indrasari, M. (2019). Manajemen pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Laia, E. K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Kadoz di UD. Brave Desa Hiliorodua Kecamatan Lahusa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 21–30.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Jurnal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Salika, M. Y., & Surono. (2021). Analisis kualitas pelayanan dan suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Kopi Bajawa Depok. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 45–58.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Perilaku konsumen dalam perspektif manajemen*. Jakarta: Prenadamedia Group.