

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DARI DIMENSI LAYANAN  
TAMBAHAN (*FLOWER OF SERVICE*) DENGAN METODE INDEKS  
KEPUASAN PELANGGAN DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*  
*MATRIKS*

Arkaz Fausan  
Sauptika Kencana

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kepuasan pelanggan pada Filosofi Kopi Jogja dari dimensi Layanan Tambahan (*Flower of Service*). Ukuran sampel pada penelitian ini 98 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan *Accidental Sampling* untuk populasi tak terhitung. Teknik analisis menggunakan Analisis Statistik Deskriptif, Indeks Kepuasan Pelanggan dan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian ini menyimpulkan pelanggan merasa cukup puas dengan 10 *item*, merasa puas dengan 12 *item*, dan merasa sangat puas dengan 3 *item*. Rata – rata pelanggan Filosofi Kopi Jogja merasa puas dengan Layanan Tambahan (*Flower of Service*) yang diberikan Filosofi Kopi Jogja dengan hasil rata – rata 3,55. Nilai 3,55 masuk pada interval 3,41 – 4,20 yang berarti rata – rata puas.

**Kata Kunci :** Layanan Tambahan (*Flower of Service*) , *Importance Performance Analysis* (IPA) , dan Filosofi Kopi Jogja

**Pendahuluan**

Saat ini mengonsumsi minuman kopi telah menjadi salah satu kebutuhan atau gaya hidup masyarakat. Seiring dengan perubahan gaya hidup bisnis kedai kopi berkembang menjadi suatu bisnis yang menawarkan sebuah lokasi untuk bersantai dan menghabiskan waktu sembari menikmati berbagai produk yang ditawarkan. Kedai kopi semakin banyak jumlahnya karena semakin banyak masyarakat yang mengonsumsi kopi. Samsura (2012) menyatakan bahwa kopi dapat memberikan stimulus dari kafein dan interaksi dengan pengunjung coffee house lain menjadi lebih baik karena peminum kopi terstimulus kopi sehingga membuatnya tenang serta dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan santai.

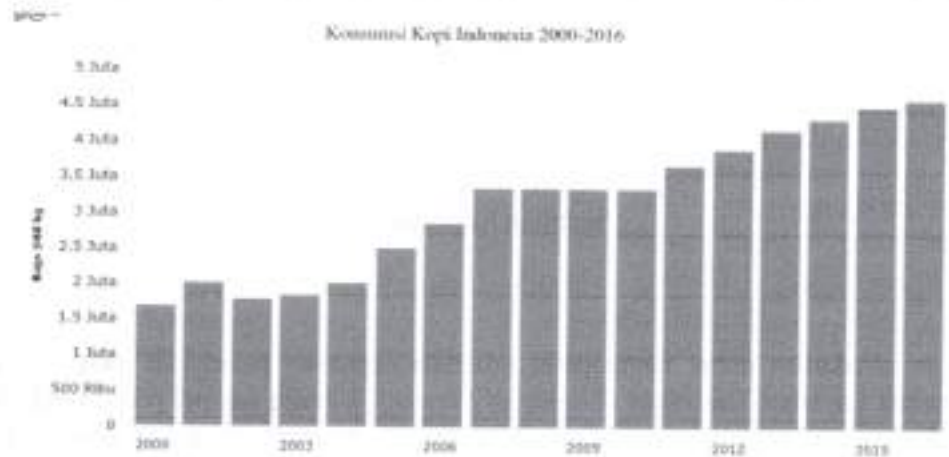
Kebutuhan mengonsumsi kopi

menjadikan peluang bisnis dalam bidang kuliner yang menawarkan lokasi dan produk, sehingga banyak pengelola bisnis di Yogyakarta yang membuat berbagai kedai kopi guna memenuhi kebutuhan tersebut dan menjadikan kalangan muda sebagai pasar sasarannya karena anak muda saat ini sering berkumpul bersama teman atau sering di sebut nongkrong. Kedai kopi adalah tempat yang menyediakan minuman kopi ataupun minuman panas lain. Kedai kopi juga merupakan salah satu bisnis yang menggabungkan produk dan jasa. Kedai kopi yang semakin banyak tersebut juga membuat persaingan bisnis semakin ketat. Semakin banyaknya anak muda yang menggemari kopi menjadikan para pebisnis berlomba lomba untuk membuat kedai kopi.

Kebutuhan mengonsumsi kopi semakin

## Analisis Kepuasan Pelanggan

meningkat dapat dilihat dari grafik konsumsi kopi Indonesia tahun 2000-2016. Berikut merupakan gambar grafik konsumsi kopi di Indonesia.



Gambar diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan konsumsi kopi dari tahun ke tahun tersebut membuat kedai kopi terus bermunculan tidak terkecuali di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada 2017, jumlah kedai kopi di Jogja dan sekitarnya telah mencapai angka 1.200 kedai ([www.jogja.co](http://www.jogja.co)).

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ciri khas ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah perguruan tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 107 perguruan tinggi ([www.kelembagaan.ristekdikti.go.id](http://www.kelembagaan.ristekdikti.go.id)). Hal tersebut menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta di penuhi dengan kalangan usia muda yang membutuhkan tempat untuk berkumpul bersama kalangan seusianya dan saat ini meminum kopi menjadi suatu gaya hidup khususnya mahasiswa yang berumur di antara 17 sampai 25 tahun.

Kondisi persaingan yang ketat membuat perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan guna mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan membuat bisnis tetap berjalan

pesanan, penagihan, dan pembayaran. E yang termasuk dalam layanan yang mempengaruhi adalah konsultasi, keramahan, penyim

walaupun persaingan semakin ketat. Kedai saat ini tidak hanya mencari diferensiasi pr mereka juga memperhatikan dari sisi lay tambahan. Saat ini masyarakat menja kedai kopi sebagai salah satu sarana berku bersama teman maupun keluarga. Hal itu me pelanggan tidak hanya menginginkan pr yang enak tetapi juga mengharapkan fas yang memadahi, karena pelanggan cende menghabiskan waktu yang lama di kedai ko

Permasalahan diatas diambil beberapa ulasan yang ada di ([www.google.m](http://www.google.m) Permasalahan tersebut berkaitan dengan lay tambahan seperti pelayan yang tidak meng pesanannya ke meja pelanggan, daftar m hanya ada di kasir, dan berdasarkan pengam peneliti hanya terdapat 1 kasir sehingga c menyebabkan antrian yang panjang saat ba pelanggan. Sehingga peneliti tertarik u meneiliti kedai Filosofi Kopi Jogja untuk me objek penelitian.

Filosofi Kopi cabang Jogja atau File Kopi Jogja berdiri pada tahun 2015 y didirikan oleh artis ternama yaitu Chicco Jer dan Rio Dewanto. Filosofi Kopi Jogja mu karena Chicco Jerikho dan Rio Dewanto ter untuk membuat kedai kopi sesuai peran yan

Nama	Permasalahan
Titus Agung Nugroho	Daftar menu dan harga hanya ada di kasir, jadi kita harus pesen dulu, baru cari tempat duduk. Setelah itu, pesanan kita nggak diantarin. Nama kita di panggil dan harus bawa pesanan kita sendiri ke meja tempat kita yang lumayan jauh, dan ga ada naman untuk bawa pesanan kita itu. Padahal pegawainya banyak tapi malah duduk2 aja
Amin Subani	Pesen dulu habis itu duduk santai nunggu dipanggil ngambil kopinya... HmMMM Kayak antri obat dirumah sakit
Yonathan Adi	Pelayanannya kurang ramah, saya disana sampai jam 11, tapi setelah itu saya merasa diusir, lampu" dimatikan, gelas" diambilin
M Wahid Rahmaan	Barista dan staff disana tidak ramah, terkesan sombong dan kurang sopan. Untuk kopinya sepertinya terlalu manis saya pesan vietnam drip ice itu sangat amat manis jadi kayak minum skm lalu espresso basednya yaa b aja lah ya. Mohon agar di tingkatkan lagi kualitasnya jgn hanya mengandalkan hype dari film
Linda Yanti Sulistiawati	Karena sumpek, hyoba ke tempat kopi ini. Yang ada, nyesel. Ngantri sejagad raya. Btw, kopinya rasanya biasa aja, hot coklat kemanisan, makanan2nya kalo dikukur bintang, cukup 1 aja

ditampilkan di film *Filosofi Kopi* yang memerankan seseorang yang membuka kedai kopi. Film *Filosofi Kopi* rilis pada April 2015 dan berhasil menjadi film yang diminati dengan rating 7.2/10 ([www.imdb.com](http://www.imdb.com)). Kemunculannya dari film yang cukup sukses membuat kedai *Filosofi Kopi* Jogja dapat membidik pasar sasaran dengan mudah.

Latar belakang kedai *Filosofi Kopi* Jogja Jogja sebagai kedai *public figure* yang terinspirasi dari film dan kedai yang dimiliki oleh aktor terkenal bukan menjadi satu-satunya eksistensi *Filosofi Kopi* Jogja Jogja. *Filosofi Kopi* Jogja mempunyai produk kopi unggulan yang tidak dimiliki kedai kopi lain di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis kopi tersebut adalah kopi tiwus, kopi lestari, dan kopi perfecto ketiga kopi tersebut mempunyai keunggulan dan rasa yang berbeda-beda. Kualitas dari kopi yang ditawarkan memegang peranan penting guna memberikan kepuasan pada pelanggan yang berkunjung ke *Filosofi Kopi* Jogja Jogja.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memilih kedai *Filosofi Kopi* Jogja sebagai objek penelitian karena 2 alasan. Pertama karena menurut alasan pada [www.google.maps](http://www.google.maps) menunjukkan terdapat beberapa ulasan yang buruk mengenai layanan tambahan yang diberikan oleh *Filosofi*

*Kopi* Jogja. Kedua karena *Filosofi Kopi* Jogja mempunyai sejarah yang menarik sebelum menjadi kedai kopi, karena kedai kopi tersebut lahir karena film yang berjudul *Filosofi Kopi*.

## KAJIAN PUSTAKA

### Layanan Tambahan (*Flower of Service*)

Lovelock (2012) mengemukakan konsep *Flower of Service*. *Flower of Service* adalah konsep yang menggambarkan produk utama perusahaan jasa yang dikelilingi oleh layanan tambahan (*supplementary services*) yang digambarkan seperti bunga dimana walaupun *core product* perusahaan (digambarkan dengan inti bunga) bagus tetapi saat jasa tambahan yang diberikan (digambarkan dengan kelopak) tidak bagus, maka keseluruhan akan terlihat tidak indah. Layanan tambahan di dalam konsep *Flower of Service* dibagi menjadi dua macam layanan tambahan: layanan tambahan yang mempermudah, yang di butuhkan untuk penghantaran layanan atau memberikan bantuan dalam penggunaan produk inti dan layanan tambahan yang memperkuat, yang menambah nilai bagi pelanggan.

Lovelock (2012) menyatakan elemen yang termasuk dalam layanan tambahan yang mempermudah adalah informasi, penerimaan-

Elemen  
memperkuat  
pimpinan

kedai kopi  
di produk  
layanan  
menjadikan  
perkumpul  
memuat  
produk  
fasilitas  
mendorong  
di kopi.  
di dari  
e.maps).  
layanan  
mengantar  
ar menu  
gamatan  
ga dapat  
t banyak  
k untuk  
menjadi

Filosofi  
5 yang  
o Jerikho  
muncul  
o tertarik  
yang di

dan pengecualian. Dalam penerimaan kepada pelanggan *Flower of Service* diurutkan sebagai berikut informasi, konsultasi, penerimaan-pesanan, keramahan, penyimpanan, pengecualian, penagihan, dan pembayaran. Penjelasan sebagai berikut :

### 1) Informasi

Untuk mendapatkan nilai penuh dari barang atau jasa pun, pelanggan membutuhkan informasi yang relevan. Jenis informasinya mulai dari jadwal, bantuan untuk menemukan lokasi outlet tertentu, sampai ke informasi mengenai layanan dan perusahaan profesional. Pelanggan baru dan calon pelanggan biasanya sangat haus akan informasi. Kebutuhan pelanggan mungkin meliputi petunjuk arah menuju tempat produk itu dijual (atau bagaimana memesannya), jam kerja, harga, dan petunjuk penggunaan.

### 2) Konsultasi

Konsultasi melibatkan dialog untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, kemudian membangun solusi yang sesuai. Konsultasi yang efektif membutuhkan pemahaman dari setiap situasi pelanggan yang baik akan sangat membantu dalam hal ini. Konseling merupakan pendekatan yang lebih halus dari konsultasi karena konseling membantu pelanggan menemukan solusinya sendiri dan menentukan tindakan selanjutnya.

### 3) Penerimaan-Pesanan

Begitu pelanggan siap membeli, sebuah elemen tambahan utama langsung berperan-menerima pendaftaran, pemesanan, dan reservasi. Penerimaan pesanan meliputi aplikasi, pengisian pesanan, dan reservasi atau *cek-in*. Reservasi (termasuk pembuatan janji dan *cek-in*) mewakili jenis penerimaan pesanan khusus yang mengharuskan pelanggan untuk menuju unit layanan spesifik contohnya, kursi pesawat, meja restoran, kamar hotel, konsultasi bersama ahli, duduk tertentu.

### 4) Keramahan

Keramahan adalah bagaimana perusahaan menerima tamu yang baru dengan penuh syukur dan menyapa tamu lama saat mereka kembali. Kualitas layanan ramah yang ditawarkan oleh

perusahaan memainkan peranan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

### 5) Penyimpanan

Penyimpanan adalah keamanan yang diinginkan pelanggan saat menggunakan produk/jasa. Bisnis yang bertanggung jawab memberikan banyak perhatian kepada isu keamanan dan keselamatan untuk pelanggan yang datang ke tempat perusahaan berada.

### 6) Pengecualian

Pengecualian adalah hal-hal yang terjadi diluar proses rutin perusahaan, seperti permintaan pelanggan yang khusus, keluhan, dan pemecahan masalah yang mungkin terjadi saat proses penyampaian jasa terjadi. Perusahaan dapat mengatasi hal ini dengan memiliki prosedur solusi untuk mengatasi permasalahan yang sesuai dengan kondisi yang terjadi.

### 7) Penagihan

Penagihan adalah hal yang umum bagi hampir semua jasa. Tagihan yang tidak akurat, tidak terbaca, atau tidak lengkap memiliki risiko mengecewakan pelanggan. Beberapa sistem tagihan adalah tagihan secara periode, tagihan langsung, tagihan secara *verbal*, tagihan melalui mesin, dan *self-billing* (pelanggan menghitung jumlah pesanan dan meng-otorisasi pembayaran dengan kartu kredit atau menulis cek). Pelanggan mengharapkan tagihan yang jelas, informatif, dan dirinci sehingga jelas perhitungan jumlahnya.

### 8) Pembayaran

Dalam kebanyakan kasus tagihan mengharuskan pelanggan untuk melakukan pembayaran. Terdapat beragam pilihan cara pembayaran, tetapi seluruh pelanggan mengharapkan kemudahan dan kenyamanan. Kebanyakan pembayaran masih dalam bentuk uang tunai atau kartu kredit. Pilihan lain adalah voucher, kupon, atau tiket prabayar dan metode elektronik lainnya seperti, PayPal.

### **Importance Performance Analysis (IPA)**

Martilla and James (1977) dalam Algifari (2016) memperkenalkan *Importance Performance analysis* (IPA). Model IPA digunakan untuk mengukur kinerja kepuasan yang dianggap penting oleh pelanggan dan

kinerja kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Terdapat 4 kuadran dalam analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

Kuadran A menggambarkan bahwa pelanggan menganggap atribut tersebut penting, sehingga pelanggan memiliki harapan yang tinggi pada atribut tersebut. Akan tetapi perusahaan tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap atribut ini. Kuadran A mengisyaratkan perusahaan harus berkonsentrasi untuk memperbaiki kinerjanya pada atribut ini (*concentrate here*). Kuadran B menggambarkan atribut yang dianggap penting bagi pelanggan, sementara perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan untuk atribut ini. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan pada atribut di kuadran B ini perlu dipertahankan (*keep up the good work*). Kuadran C pada modal IPA menggambarkan atribut yang dianggap tidak penting oleh pelanggan dan perusahaan memberikan pelayanan yang rendah kepada pelanggan untuk atribut ini. Oleh karena itu, perusahaan memberikan prioritas yang rendah pada atribut tersebut (*low priority*). Kuadran D menggambarkan wilayah di mana atribut memiliki kepentingan rendah bagi pelanggan, akan tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Oleh

karena itu maka daerah ini disebut daerah berlebih (*possible overkill*).

**METODE**

**PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif Ruang lingkup penelitian ini ditujukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap Layanan Tambahan pada pelanggan Filosofi Kopi Jogja. Penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi Filosofi Kopi Jogja yang terletak di Jl. Pandhawa No.001/17, Tegal Rejo, Sariharjo, Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang didapatkan langsung tanpa perantara. Target populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Filosofi Kopi Jogja selama 1 minggu. Populasi pada penelitian ini berjumlah tak terhingga. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 97 responden namun di bulatkan menjadi 98 responden agar penyebaran kuesioner selama 1 minggu mempunyai jumlah yang sama tiap harinya, yaitu 14 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Teknik sampel yang digunakan



## Analisis Kepuasan Pelanggan

yaitu *Sampling Insidental* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.

Hasil uji validitas dan uji realibilitas yang di peroleh adalah valid dan realibel, sehingga data yang di peroleh pada penelitian ini layak untuk diuji. Hasil uji validitas dan realibilitas akan ditunjukkan dalam bentuk tabel. Tabel Uji Validitas

Variabel	Item	Kepentingan	Harapan
Informasi	1	0,735	0,559
	2	0,793	0,610
	3	0,715	0,888
	4	0,739	0,777
	5	0,473	0,600
Konsultasi	6	0,861	0,887
	7	0,911	0,887
Penerimaan-Pesanan	8	0,818	0,823
	9	0,885	0,853
Keramahan	10	0,729	0,546
	11	0,402	0,802
	12	0,652	0,736
Penyimpanan	13	0,718	0,875
	14	0,921	0,817
Pengecualian	15	0,616	0,517
	16	0,516	0,480
	17	0,677	0,430
	18	0,772	0,529
	19	0,682	0,630
	20	0,804	0,364
	21	0,570	0,511
Penagihan	22	0,841	0,815
	23	0,762	0,863
Pembayaran	24	0,844	0,907
	25	0,906	0,961

Tabel Uji Realibilitas

Variabel	N of Item	Kepentingan	Harapan
Informasi	5	0,768	0,773
Konsultasi	2	0,885	0,886
Penerimaan-Pesanan	2	0,865	0,858
Keramahan	3	0,701	0,773

Variabel	N of Item	Indeks Kepuasan Pelanggan
Penyimpanan	2	0,640
Pengecualian	7	0,640
Penagihan	2	0,839
Pembayaran	2	0,879

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan usia responden di dominasi oleh umur 19 - 21 tahun. Penelitian ini menunjukkan daerah asal

responden di dominasi oleh responden yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah. Penelitian menunjukkan terdapat 61 orang responden laki dan 37 responden Perempuan. Pendidikan terakhir responden yang dominan adalah SMA. Penelitian ini menunjukkan pengeluaran perbulan responden di dominasi dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp 1.000.000 sampai dengan 2.000.000 atau golongan *Aspirant Middle*.

Berdasarkan kuesioner yang di sebar kepada 98 responden menunjukkan bahwa Indeks Kepuasan Pelanggan per pertanyaan menunjukkan kepuasan pelanggan Filosofi Kerajinan Jogja berdasarkan kinerja 25 butir pertanyaan dari 8 variabel. Nilai Indeks kepuasan pelanggan diperoleh dari rata-rata dari item pertanyaan sebanyak 25 pertanyaan. Berikut data indeks

h responden ya... pertanyaan.

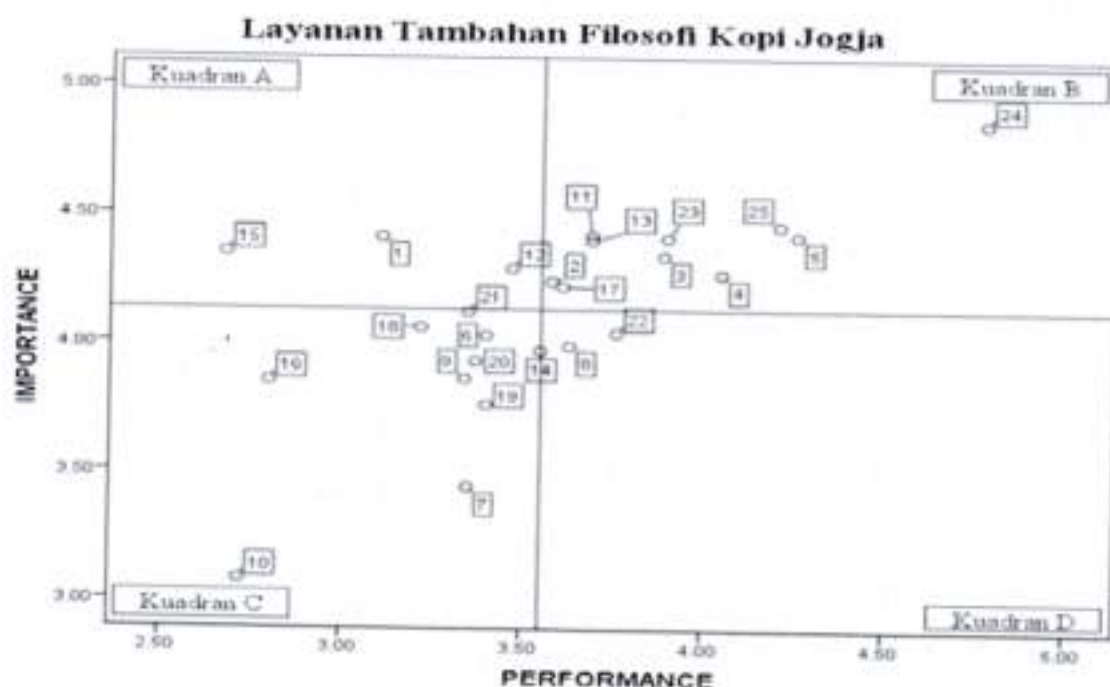
No.	Pertanyaan	Skor	I n d e k s Kepuasan
1	Petunjuk arah menuju lokasi Filosofi Kopi Jogja	3,11	Cukup Puas
2	Informasi mengenai jam operasional Filosofi Kopi Jogja	3,58	Puas
3	Informasi mengenai harga produk yang ditawarkan Filosofi Kopi Jogja	3,89	Puas
4	Konfirmasi pesanan terhadap pesanan yang dipesan pelanggan Filosofi Kopi Jogja	4,05	Puas
5	Tanda terima nota yang diberikan Filosofi Kopi Jogja	4,26	Sangat Puas
6	Pemberian saran mengenai produk Filosofi Kopi Jogja	3,40	Cukup Puas
7	Pemberian konseling personal mengenai produk Filosofi Kopi Jogja	3,35	Cukup Puas
8	Pencatatan di tempat saat pesanan dari pelanggan Filosofi Kopi Jogja di pesan	3,63	Puas
9	Pemberlakuan reservasi meja yang disediakan Filosofi Kopi Jogja	3,34	Puas
10	Pemberian salam untuk pelanggan yang datang dari Filosofi Kopi Jogja	2,72	Cukup Puas
11	Fasilitas kamar mandi/toilet di Filosofi Kopi Jogja	3,69	Puas
12	Fasilitas menunggu pesanan yang disediakan Filosofi Kopi Jogja	3,47	Puas
13	Tempat parkir yang di sediakan Filosofi Kopi Jogja	3,69	Puas
14	Pelungasan produk untuk dibawa pulang dari Filosofi Kopi Jogja	3,55	Puas
15	Tersedianya wifi gratis untuk pelanggan Filosofi Kopi Jogja	2,68	Cukup Puas
16	Tersedianya kebutuhan medis/disabilitas yang disediakan Filosofi Kopi Jogja	2,80	Cukup Puas
17	Tersedianya fasilitas keagamaan yang disediakan Filosofi Kopi Jogja	3,61	Puas
18	Penanganan keluhan yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja	3,22	Cukup Puas
19	Tanggapan akan pujian yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja	3,40	Cukup Puas
20	Penerimaan saran yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja	3,37	Cukup Puas
21	Kompensasi yang diberikan Filosofi Kopi Jogja apabila terjadi kesalahan	3,35	Cukup Puas
22	Pernyataan verbal mengenai tagihan yang harus dibayar pelanggan Filosofi Kopi Jogja	3,76	Puas
23	Tampilah harga yang perlu dibayar yang ditunjukkan Filosofi Kopi Jogja	3,90	Puas
24	Pembayaran dapat dilakukan secara tunai di Filosofi Kopi Jogja	4,78	Sangat Puas
25	Pembayaran dapat dilakukan dengan kartu kredit/debit di Filosofi Kopi Jogja	4,21	Sangat Puas
	<b>Skor rata - rata</b>	<b>3,55</b>	<b>Puas</b>

di sebarakan  
kan hasil  
pertanyaan  
ilosofi Kopi  
pertanyaan  
pelanggan  
pertanyaan  
ata indeks

Tingkat kepentingan dan kinerja yang dimuat dalam diagram kartesius adalah berupa skor rata-rata penilaian kepentingan dan skor rata-rata penilaian kinerja. Masing-masing atribut diposisikan dalam suatu diagram. Skor rata-rata total penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu mendatar (X) sedangkan posisi atribut pada sumbu tegak (Y) ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) terhadap atribut.

Tambahan Filosofi Kopi Jogja yang dia penting bagi pelanggan, tapi tidak dilaksanakan dengan baik oleh Filosofi Kopi Jogja sehingga Layanan Tambahan ini harus ditingkatkan oleh Filosofi Kopi Jogja. Berikut indikator yang masuk dalam kuadran A :

- Petunjuk arah menuju lokasi Filosofi Kopi Jogja (*item 1*)
- Fasilitas menunggu pesanan yang disediakan oleh Filosofi Kopi Jogja (*item 12*)
- Tersedianya wifi gratis untuk pelanggan



Gambar diatas telah disajikan diagram kartesius dengan sumbu (X) adalah rata-rata tingkat Kinerja (*Performance*), sedangkan sumbu (Y) adalah rata-rata tingkat Kepentingan (*Importance*). Berdasarkan rata-rata yang diperoleh baik tingkat Kinerja (*Performance*) dan tingkat Kepentingan (*Importance*), maka terbentuk garis lurus yang saling berpotongan pada titik rata-rata yaitu pada titik (3,55 ; 4,13). Layanan tambahan Filosofi Kopi Jogja menempati 4 kuadran. Pada Kuadran B dan Kuadran C terdapat 10 titik. Pada kuadran A terdapat 3 titik. Kuadran D terdapat 2 titik. Kuadran A memiliki arti bahwa Layanan

Filosofi Kopi Jogja (*item 15*)

Kuadran B memiliki arti bahwa Layanan Tambahan Filosofi Kopi Jogja yang dia penting oleh pelanggan yang telah dilaksanakan dengan baik oleh Filosofi Kopi Jogja sehingga Layanan Tambahan ini harus pertahankan Filosofi Kopi Jogja. Berikut indikator yang masuk dalam kuadran B :

- Informasi mengenai jam operasional Filosofi Kopi Jogja (*item 2*)
- Informasi mengenai harga produk yang ditawarkan Filosofi Kopi Jogja (*item 3*)
- Konfirmasi pesanan terhadap pesanan yang



dianggap  
 eh Filosofi  
 an ini perlu  
 ia. Berikut  
 A :  
 osofi Kopi  
 disediakan  
 pelanggan

- dipesan pelanggan Filosofi Kopi Jogja (*item 4*)
- Tanda terima/nota yang diberikan Filosofi Kopi Jogja (*item 5*)
  - Fasilitas kamar mandi/toilet di Filosofi Kopi Jogja (*item 11*)
  - Tempat parkir yang di sediakan Filosofi Kopi Jogja (*item 13*)
  - Tersedianya fasilitas keagamaan yang disediakan Filosofi Kopi Jogja (*item 17*)
  - Tampilan harga yang perlu dibayar yang ditunjukkan Filosofi Kopi Jogja (*item 23*)
  - Pembayaran dapat dilakukan secara tunai di Filosofi Kopi Jogja (*item 24*)
  - Pembayaran dapat dilakukan dengan kartu kredit/debit di Filosofi Kopi Jogja (*item 25*)

Kuadran C memiliki arti bahwa Layanan Tambahan Filosofi Kopi Jogja yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan Filosofi Kopi Jogja melaksanakan dengan kinerja yang biasa saja, sehingga Layanan Tambahan ini menjadi prioritas rendah bagi Filosofi Kopi Jogja. Berikut indikator yang masuk dalam kuadran C :

- Pemberian saran mengenai produk Filosofi Kopi Jogja (*item 6*)
- Pemberian konseling personal mengenai produk Filosofi Kopi Jogja (*item 7*)
- Pemberlakuan reservasi meja yang disediakan Filosofi Kopi Jogja (*item 9*)
- Pemberian salam untuk pelanggan yang datang dari Filosofi Kopi Jogja (*item 10*)
- Pengemasan produk untuk dibawa pulang dari Filosofi Kopi Jogja (*item 14*)
- Tersedianya kebutuhan medis/disabilitas yang disediakan Filosofi Kopi Jogja (*item 16*)
- Penanganan keluhan yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja (*item 18*)
- Tanggapan akan pujian yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja (*item 19*)
- Penerimaan saran yang dilakukan Filosofi Kopi Jogja (*item 20*)
- Kompensasi yang diberikan Filosofi Kopi Jogja apabila terjadi kesalahan (*item 21*)

Kuadran D memiliki arti bahwa Layanan Tambahan Pelayanan Filosofi Kopi Jogja yang dianggap tidak penting oleh pelanggan tetapi

dilaksanakan dengan baik oleh Filosofi Kopi Jogja sehingga Layanan Tambahan ini menjadi berlebihan. Berikut indikator yang masuk dalam kuadran C :

- Pencatatan di tempat saat pesanan dari pelanggan Filosofi Kopi Jogja di pesan (*item 8*)
- Pernyataan verbal mengenai tagihan yang harus dibayar pelanggan Filosofi Kopi Jogja (*item 22*)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil dari penelitian terhadap 98 responden menunjukkan rata – rata indeks kepuasan pelanggan sebesar 3,55 untuk layanan tambahan. Rata – rata indeks kepuasan pelanggan sebesar 3,55 masuk pada interval (3,41 – 4,20) yang memiliki arti puas. Oleh karena itu, dapat artikan bahwa 98 responden merasa puas terhadap layanan tambahan yang di berikan Filosofi Kopi Jogja.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan di bab iii, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 25 *item* tentang Layanan Tambahan (*Flower of Service*) menyebar dari kuadran a hingga kuadran d. *Item* pada kuadran a berjumlah 3, pada kuadran b berjumlah 10, pada kuadran c berjumlah 10 dan pada kuadran d berjumlah 2.

### Saran

Berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) maka penulis mempunyai saran untuk pihak pengelola Filosofi Kopi Jogja yaitu : Pihak Filosofi Kopi Jogja sebaiknya menambah petunjuk arah menuju lokasi, menambah fasilitas menunggu pesanan, menambah fasilitas wifi. 3 *item* tersebut adalah *item* prioritas untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

### Daftar Pustaka

#### Buku

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan*. Cetakan ke 1. Yogyakarta: BPFE
- Gaspersz, V. 2008. *Total Quality Management*.

a Layanan  
 dianggap  
 dilaksanakan  
 sehingga  
 nkan oleh  
 ator yang  
 al Filosofi  
 duk yang  
 m 3)  
 an yang

- Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi keempat. Semarang. Penerbit : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi 13. Jakarta. Penerbit : Erlangga
- Lovelock, Christoper. 1994. *Product Plus : How to Product Service = Competitive Advantage*. New York: McGraw-Hill.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 2012. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Panggabean, Edy. 2009. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: PT AgroMedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Samsura, Doddy. 2012. *Ngopi Ala Barista*. Jakarta: Penebar Plus
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012.

- Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Andi

#### Jurnal

- Bahaa'uddin, Lau, dan Kulsum. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Pelengkap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Meubel Syariah di Tenggara. *Research Journal of Accounting and Business Management (RJABM) Volume 2 No.2 Desember 2018*.
- Tarabieh dan Ahmad. 2015. The Impact of Customer Orientation and Supplemental Services in Gaining Competitive Advantage and Organizational Performance in the Jordanian Banking Industry. *International Review of Social Sciences vol. 3 Issue.2*
- Hasmen. 2018. The Flower of Service Quality and Its Influence on the Customer Satisfaction: Case Study of Jordanian Private Hospitals Sector. *International Journal of Business and Management Vol. 13, No. 2*
- Tarabieh, Ahmad, dan Siron. 2015. The Synergistic Impact of Customer Orientation and Supplemental Services on Competitive Advantage and Organizational Performance (A Survey). *International Review of Management and Business Research 4 Issue.2*
- Carissa dan Sulistiono. 2017. Pengaruh The Flower of Service dan Physical Evidence terhadap Loyalitas Konsumen pada Starbucks Coffee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 5 No.1*

#### Situs Web

- [www.google.maps](http://www.google.maps). 2018. "Ulasan Filosofi di Jogja" (diakses tanggal 15, November 2018)
- [www.kelembagaan.ristekdikti.go.id](http://www.kelembagaan.ristekdikti.go.id). 2016. "Jurnal perguruan tinggi kopertis wilayah V – Daerah Istimewa Yogyakarta" (diakses tanggal 15 November 2018)
- [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id). 2017. "Konsumsi

arta: Andi.  
 ana. 2001.  
 tisi Revisi.

Pengaruh  
 Kepuasan  
 el Syakira  
*Journal of  
 management  
 mber 2018*

Impact of  
 lementary  
 mpetitive  
 nizational  
 n Banking  
*of Social*

e Concept  
 Customer  
 Jordanian  
*ernational  
 nagement;*

015. The  
 Customer  
 lementary  
 Advantage  
 nce (Pilot  
*review of  
 earch Vol.*

Pengaruh  
 Physical  
 Konsumen  
*nal Ilmiah  
 o.1*

osofi Kopi  
 2018)  
 "Jumlah  
 - Daerah  
 nggal 17,  
 asi Kopi

Indonesia 2000-2016" (diakses tanggal, 28  
 November 2018)  
[www.jogja.co](http://www.jogja.co). 2018 . "Pengin tahu Berapa Jumlah  
 Warung Kopi di Jogja?" (diakses tanggal 29,  
 November 2018)  
[www.jogja.com](http://www.jogja.com). 2015. "Filosofi Kopi Jogja"  
 (diakses tanggal 29, November 2018)