

ANALISIS FAKTOR KEBETAHAN PENGUNJUNG MELALUI PENILAIAN PELANGGAN YANG DATANG DI COFFEE SHOP KEPONI KOPI PADA TAMAN WISATA MINGGU RAYA BANJARBARU

Gina Hasanah¹, Aida Vitria², Teguh Wicaksono³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, 19311325

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, 069409109

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, 061510801
E-mail: ginahasanah0709@gmail.com

ABSTRAK

Gina Hasanah, 2023, Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Melalui Penilaian Pelanggan yang Datang di Coffee Shop Keponi Kopi Pada Taman Wisata Minggu Raya Banjarbaru. Pembimbing I : Aida Vitria, Pembimbing II : Teguh Wicaksono.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Untuk mengetahui kebetahan pengunjung melalui penilaian pelanggan yang datang pada Coffee Shop Keponi Kopi pada Taman Wisata Minggu Raya Banjarbaru. (2) Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh kebetahan pengunjung melalui penilaian pelanggan yang data pada Coffee Shop Keponi Kopi. (3) Untuk mengetahui upaya apa saja yang harus dilakukan agar pengunjung semakin betah di Coffee Shop Keponi Kopi Minggu Raya Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data adalah primer dan sekunder, dengan menggunakan Teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kebetahan pengunjung melalui penilaian pelanggan di coffee shop Keponi Kopi ialah mempunyai tempat yang nyaman untuk bersantai, ngobrol, mengerjakan pekerjaan kantor ataupun tugas kuliah, di dukung dengan fasilitas dan suasana yang nyaman, free wifi, live musik, permainan uno dan lain-lain. Kendala yang dihadapi coffee shop Keponi Kopi dalam mengenai tempat yang cukup sempit dan tidak cukup banyak meja dan kursi. Adapun upaya yang harus dilakukan agar pengunjung semakin betah di coffee shop Keponi Kopi ialah dengan menjaga dan meningkatkan serta mengadakan pelatihan berkesinambungan untuk menjaga tampilan produk. Memaksimalkan kemampuan barista dalam melayani pelanggan, seperti kecepatan dalam menyajikan kopi, berkomunikasi dengan pelanggan, sikap ramah, dan berpenampilan rapi.

Kata Kunci : Analisis Kebetahan Pengunjung.

ABSTRACT

Gina Hasanah, 2023, Analysis of visitor satisfaction factors through the assessment of customers who come to Keponi Kopi Coffee Shop at Banjarbaru Sunday Raya Tourism Park. First supervisor: Aida Vitria, M.M, Supervisor II: Teguh Wicaksono.

This study aims to test: (1) To find out the loyalty of visitors through the assessment of customers who come to Keponi Kopi Coffee Shop at Banjarbaru Sunday Raya Tourism Park. (2) To find out the barriers to visitor loyalty through customer evaluation data at Keponi Kopi Coffee Shop. (3) To find out what efforts should be made to make visitors feel more comfortable at Keponi Kopi Coffee Shop Minggu Raya Banjarbaru.

This research uses a qualitative method, which is a case study that produces descriptive data expressed in words. Data collection techniques are primary and secondary, using observation, interview and documentation techniques.

The results of this study indicate that visitor satisfaction through customer assessment at Keponi Kopi Coffee Shop is having a comfortable place to relax, chat, do office work or college assignments, supported by

comfortable facilities and atmosphere, free wifi, live music, uno games and others. The obstacles faced by Keponi Kopi Coffee Shop in terms of a rather narrow place and not enough tables and chairs. The efforts that need to be made so that visitors are increasingly.

Keywords: Visitor Satisfaction Analysis.

REFERENSI

- Almaulidta, Ayu. 2012. "Pengaruh Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Strata 1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Produk Elektronik Merek Sony)". *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*. Volume 16. No. 1.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Aulya, D. A., & DJASTUTI, I. (2013). Analisis pengaruh produk, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian "(Studi pada Coffee Shop Stove Syndicate di Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Buttle Francis. 2014. *Customer Relationship Management*. Bayu Media
- Farasa, N., & Kusuma, H. E. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe: Perbedaan Preferensi Gender dan Motivasi. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*, 2015, 29-34.
- Farasa, N., & Kusuma, H. E. (2016). Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe: Motivasi dan Preferensi Gender. *Pros. Temu Ilm. IPLBI* 2016, 5.
- Flippo, Edwin B. 2001 *Manajemen Personalia*. Jakarta : Erlangga
- Haristianti, V (2016). Peran Kafe Terhadap Pembangunan Conservation District, Studi Kasus: Kafe di Kawasan Braga, Bandung. *Prosiding Temu Ilmiah Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan (IPLBI) 2016*, A 130-134.
- Haristianti, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan LRE Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(2), 196-209.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing*. Yogyakarta : Media Utama
- Kanthi. 2017. Pengaruh Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Uberx. *Jurnal Iisip*. Vol 3 no 2.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, (2015), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks.
- Kusnadi, Anissa Auliani. 2011. *Promotion Mix*.
- Kusumah, Ridwan Zia. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Kusnadin pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang. Universitas Diponegoro

- Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Marcelino, K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Mardikawati Woro. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada Pelanggan bus efisiensi (studi po efisiensi jurusan yogyakarta cilacap). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prakoso, Dwi Riandry. 2018. "Strategi Komunikasi Pemasaran Demajors Sebagai Indie Label Dalam Industri Musik Mainstream". Jurnal UNAIR. Vol.1, No.2.
- Putra, I. W. Y. A., Utami, I. G. A. C., & Utami, N. W. A. (2022, March). IDENTIFIKASI MATERIAL INTERIOR COFFEE SHOP SEBAGAI DAYA TARIK PENGUNJUNG DI KORIDOR JALAN MERDEKA RENON, DENPASAR (Studi Kasus: Bhineka Muda, Equator Coffee, The Alleyway Café). In SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 5, pp. 124-132).
- Rachman, R.A. & Kusuma, H.E. (2014). Definisi Kebetahan dalam Ranah Arsitektur dan Lingkungan-Perilaku. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2014, Pro-program Studi Teknik Arsitektur, Universitas Sriwijaya, Nov. 2014
- Rachman, R. A., & Kusuma, H. E. (2016). Karakteristik Fisik-Sosial dan Kriteria Kamar yang Membuat Betah. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI, D053-D058.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Said Miah. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makasar: CV Sah Media
- Satriaji, K. R. (2017). The study of the student comfortability in Campus environment, Case study: ITSB Campus, Cikarang. ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur, 2(1), 47-58.
- Scanell, L dan R. Gifford (2010). Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework. Journal of Environmental Psychology 30 p.1-10. Elsevier.
- Siagian, Sondang P., 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Ujang, Norsidah. (2010). Place Attachment and Continuity of Urban Place Identity. Asian Journal of Environment Behaviour Studies.
- Yulianti, Farida, Lamsah dan Periyadi. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Yusuf, A. M., & Aji, F. M. P. (2022, August). Analisis Tingkat Kenyamanan Pengunjung pada Coffee Shop Bertema Outdoor. In Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur (pp. 540-549).

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, and D.D. Gremler, 2013, *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6th ed, McGraw-Hill Irwin, Boston.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 923-926.

Internet :

Riadi, Muchlisin. (2020). Nilai Pelanggan (Pengertian, Manfaat, Dimensi dan Strategi)<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/nilai-pelanggan-pengertian-manfaat-dimensi-dan-strategi.html>