

# **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI ASPEK BAURAN PEMASARAN (7P) PADA KEDAI KOPI A'LONG PALANGKA RAYA**

Mukhlis Prasetyo

NPM : 16.31.0781

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Email : mukhlissetya77@gmail.com

## **ABSTRAK**

**Mukhlis Prasetyo, 2020, Analisis Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran (7P) Pada Kedai Kopi A'Long Palangka Raya, Pembimbing I : Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, Pembimbing II : Muthia Harnida**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa : (1) Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Aspek bauran Pemasaran pada kedai kopi A'Long Palangka Raya

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian survei. Populasi penelitian mengambil 100 koresponden dari pengunjung – pengunjung di kedai Kopi A'Long Palangka Raya dengan analisis data menggunakan pendekatan metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Analisis kepuasan pelanggan ditinjau dari aspek bauran pemasaran (7P) pada kedai kopi A'long Palangka Raya yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*

**Kata kunci : Analisis, Kepuasan Pelanggan, dan Bauran Pemasaran**

---

## **ABSTRACT**

***Mukhlis Prasetyo, 2020, Customer Satisfaction Analysis Viewed from the Marketing Mix Aspek (7P) at A'Long Palangka Raya Coffee Shop, Advisor I: Dr. Dwi Wahyu Artiningsih, Advisor II: Muthia Harnida***

*This study aims to analyze: (1) Customer Satisfaction Judging from the aspects of the marketing mix in A'Long Palangka Raya coffee shop*

*This research is descriptive qualitative and is a survey research. The study population took 100 correspondents from visitors at A'Long Palangka Raya Coffee shop with data analysis using a qualitative method approach.*

*The results showed (1) Analysis of customer satisfaction in terms of the marketing mix (7P) at A'long Palangka Raya coffee shop namely product, price, place, promotion, people, process and physical evidence.*

***Keywords: Analysis, Customer Satisfaction, and Marketing Mix***

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah usaha minuman bauran pemasaran merupakan hal penting guna mengetahui sisi mana yang dapat di unggulkan agar tidak kehilangan loyalitas. Salah satu bisnis minuman/makanan yang akan dianalisis bauran pemasarannya dari sisi kepuasan pelanggannya yaitu Kedai “Kopi A’Long Palangka Raya”. Seiring dengan berjalannya waktu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam jalannya usaha. Memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Alfi Maesol Jannah (2015). Strategi Pemasaran Usaha Kafe Kucing “*Cats and Coffe*” Jalan Bougenville, Gejayan, Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik) pada kafe kucing “*Cats and Coffe*”. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai perusahaan secara umum. Kemudian data dari hasil kuesioner dianalisis. Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelompokkan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Penelitian yang sekarang hanya menganalisis tentang kepuasan pelanggan yang ditinjau dari aspek 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence* dengan mengambil objek pada kedai kopi a’long palangkaraya dengan melakukan survei menggunakan media google form kepada para pelanggan yang pernah mengunjungi kedai kopi tersebut dan menganalisisnya secara deskriptif. Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian ini adalah Analisis Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Aspek Bauran Pemasaran (7P) pada Kedai Kopi A’long Palangka Raya.

## METODE

Metode penelitian adalah salah satu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan, dan mencatat data, baik berupa primer maupun sekunder yang di gunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian di antaranya:

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka). Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2004:169), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Lokasi dan waktu penelitian ini dilakukan pada Kedai Kopi A’Long Palangka Raya “Kopi Khas Pontianak”. Penelitian dilakukan pada bulan awal bulan Maret sampai akhir bulan Maret Tahun 2020 selesainya pengambilan data untuk penyusunan penelitian.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data pelanggan yang sudah pernah mengunjungi kedai kopi A’Long Palangka Raya dengan sampel 100 orang/koresponden.

Penelitian dilakukan dengan cara angket atau kuesioner dan skala likert. Menurut Sugiyono (2006:199), kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah *google form* yaitu sebuah media online pengisian data dengan metode survei dimana responden tinggal memilih jawaban yang tersedia dan juga mengisi pendapat yang disediakan sesuai dengan pendapat sendiri. Kuesioner yang digunakan peneliti untuk menjangkau hasil peneliti terdapat 16 item pertanyaan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pertanyaan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia dengan lima pilihan skala dengan format : (1) Sangat Tidak Puas, (2) Tidak Puas, (3) Netral, (4) Puas dan (5) Sangat Puas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan dari komentar serta pendapat-pendapat dari para konsumen atau pelanggan yang sudah mengunjungi kedai kopi A’Long Palangka Raya ini. Dan tentunya pendapat-pendapat dan komentar yang sudah di kemukakan oleh konsumen atau pengunjung kedai bertujuan untuk menginginkan kedai kopi A’Long ini menjadi lebih baik lagi dan semakin banyak digemari oleh banyak orang.

Setelah penulis mengumpulkan data dari hasil kuesioner dapat dianalisis kepuasan pelanggan ditinjau dari aspek bauran pemasaran 7P (*product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, *physical evidence*) Kedai Kopi A’Long Palangka Raya adalah sebagai berikut :

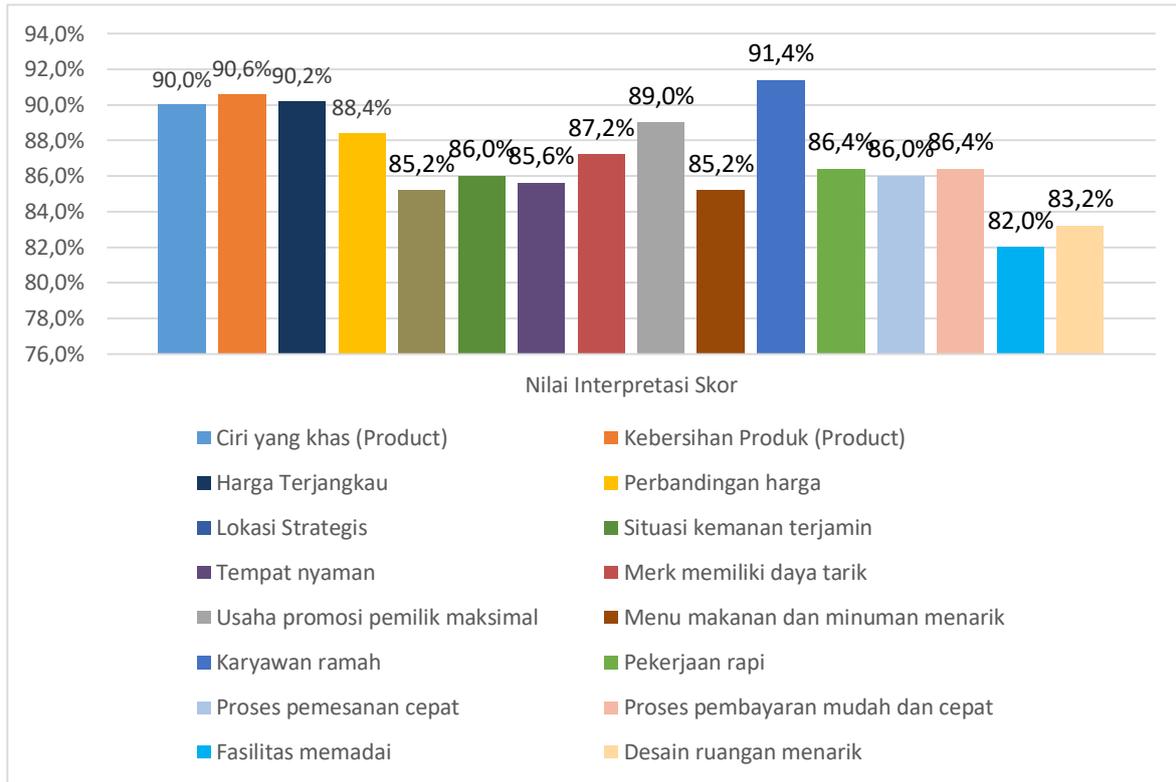
**Tabel 1. Hasil Kuesioner Penelitian**

	No	Pertanyaan Kuesioner	STP	TP	N	P	SP	Total (Responden)	Total Skor	Interpretasi Skor (%)
			1	2	3	4	5			
<i>Product</i>	1	Cita rasa yang khas	0	0	0	50	50	100	450	90
	2	Kebersihan produk	0	0	0	47	53	100	453	90,6
<i>Price</i>	1	Harga terjangkau	1	0	0	45	54	100	451	90,2
	2	Perbandingan harga	0	0	0	58	42	100	442	88,4
<i>Place</i>	1	Lokasi strategis	0	6	0	56	38	100	426	85,2
	2	Situasi keamanan terjamin	0	0	0	70	30	100	430	86
	3	Tempat nyaman	0	2	0	66	32	100	428	85,6
<i>Promotion</i>	1	Merk memiliki daya tarik	0	2	0	58	40	100	436	87,2
	2	Usaha promosi maksimal	0	0	0	55	45	100	445	89
	3	Menu makanan dan minuman menarik	0	2	0	74	26	100	426	85,2
<i>People</i>	1	Karyawan ramah	0	0	0	43	57	100	457	91,4
	2	Kerapian pekerjaan	0	2	0	62	36	100	432	86,4
<i>Process</i>	1	Proses pemesanan cepat	0	0	0	70	30	100	430	86
	2	Proses pembayaran mudah dan cepat	0	2	0	62	36	100	432	86,4
<i>Physical Eviden</i>	1	Fasilitas memadai	0	6	0	72	22	100	410	82
	2	Desain ruangan menarik	0	5	0	69	26	100	416	83,2

Sumber : data primer diolah, 2020

Didapat dari hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan ditinjau dari aspek bauran pemasaran (7P) pada kedai Kopi A'Long Palangka Raya dapat dilihat dalam diagram batang sebagai berikut :

**Gambar 1. Diagram Batang Hasil Penelitian**



Penelitian pada aspek *people* menunjukkan bahwa “karyawan ramah” mendapat nilai interpretasi skor tertinggi dengan nilai interpretasi skor 91,4% dimana nilai ini masuk dalam kategori sangat memuaskan. Pada aspek ini menunjukkan bahwa pemilik kedai telah tepat menempatkan karyawan sesuai bagian/keterampilannya masing masing. Dan pada aspek *physical eviden* yaitu “fasilitas memadai” mendapat nilai terendah diantara item-item indikator lainnya yaitu dengan nilai interpretasi skor 82%. Pada indikator ini pelanggan berpendapat tidak adanya fasilitas permainan pendukung seperti permainan balok uno, kartu Uno dan sejenisnya menjadi penyebab beberapa menilai kurang lengkap fasilitas yang disediakan oleh kedai.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Analisis kepuasan pelanggan ditinjau dari bauran pemasaran (7P) yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*, menyatakan sangat puas, hal ini dapat dilihat dari hasil interpretasi skor yaitu berada di interval 80%-100%, dimana interval ini masuk dalam kategori sangat puas.

Nilai interpretasi skor pada aspek *product* yaitu 90% pada “cita rasa yang khas” dan 90,6% pada “kebersihan produk”. Pada aspek *price* nilai interpretasi skor yaitu 90,2% pada “harga terjangkau” dan 88,4% pada “perbandingan harga”. Pada aspek *place* nilai interpretasi skor yaitu 85,2% pada “lokasi strategis”, 86% pada “situasi keamanan terjamin” dan 85,6% pada “tempat nyaman”. Pada aspek promosi nilai interpretasi skor yaitu 87,2% pada “merk memiliki daya tarik”, 89% pada “usaha promosi maksimal” dan 85,2% pada “menu makanan dan minuman menarik”.

Sementara itu pada aspek *people* masuk dalam kategori “sangat puas” dengan nilai interpretasi skor yaitu 91,4% pada “karyawan ramah”, 86,4% pada “kerapian pekerjaan”. Pada aspek *process* masuk dalam kategori “sangat puas” dengan nilai interpretasi skor yaitu 86% pada “proses pemesanan cepat” dan 86,4% pada “proses pembayaran mudah dan cepat”. Dan *physical eviden* masuk dalam kategori “sangat puas” dengan nilai interpretasi skor yaitu 82% pada “fasilitas memadai” dan 83,2% pada “desain ruangan menarik”.

### Saran

1) Bagi pemilik usaha kedai Kopi A’Long Palangka Raya

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan untuk meningkatkan kinerja usaha terkait kepuasan pelanggan di tinjau dari aspek bauran pemasaran diantaranya *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*. Pada aspek *place, process* dan *physical evidence* perlu ditingkatkan karena ada beberapa responden yang menyatakan tidak baik guna kenyamanan pengunjung dan menambah minat pengunjung serta digemari kalangan banyak.

2) Bagi Para Pembaca

Hasil penelitian bisa menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait analisis kepuasan pelanggan ditinjau dari aspek bauran pemasaran (7P) dan di uji variabel tingkat kepuasannya guna meningkatkan penjualan.

## REFERENSI

### Buku 1 Penulis

Danang Sunyoto. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### Buku 2 Penulis

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (1996). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. (Damos Sihombing. Dan Yati Sumiharti. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.

### Buku 3 Penulis

Tjiptono, Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.

### Buku 4 Penulis

Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

### Buku 5 Penulis

Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

### Buku 6 Penulis

Simamora, Bilson. (2008). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

### Buku 7 Penulis

Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh. Bandung: CV. Alfabeta.

### Buku 8 Penulis

Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya Offset.

### Buku Lebih Dari Satu Edisi

Kotler, Philip & Kevin L., Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Indonesia: Penerbit Erlangga

Kotler, Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Kevin L., Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Terjemahan: Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.

### Buku Terjemahan

Gladding, S. T. (2012). *Konseling: Profesi yang Menyeluruh* (6th ed.). (P. Winarno, & L. Yuwono, Trans.) Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip & Kevin L., Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Terjemahan: Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.

### Skripsi/Tesis/Disertasi dari Sumber Online

Dedi Irawan. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volumen Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Studi Kasus pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu Tahun 2019

Alfi Naesol Jannah. (2015). Strategi Pemasaran Kafe Kucing "Cats and Coffe" Jalan Bougenville, Gejayan, Yogyakarta Tahun 2015