

PENGARUH SIKAP PELAYANAN BARISTA MAXX COFFEE CIDENG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Kariim¹, Bayu Putra Pamungkas^{2,*}, Shandy Rafly Pratama³, Nani Nurani
Muksin⁴

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

³Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

⁴Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl.K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, Kode Pos 15419

*E-mail byptrpmgks@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana sikap pelayanan barista mempengaruhi kepuasan pelanggan di Maxx Coffee Cideng. Di tengah persaingan bisnis coffee shop yang semakin ketat, kualitas pelayanan, khususnya yang diberikan oleh barista, menjadi faktor krusial dalam membentuk pengalaman pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan wawancara sebagai alat pengumpulan data, yang melibatkan pelanggan Maxx Coffee Cideng sebagai responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sikap pelayanan barista yang ramah, cepat, dan profesional secara langsung berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Interaksi positif antara barista dan pelanggan menciptakan ikatan emosional yang meningkatkan kenyamanan pelanggan. Selain itu, pelayanan yang memuaskan tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mendorong loyalitas dan rekomendasi dari pelanggan kepada orang lain. Penelitian ini menekankan pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan interpersonal barista untuk memastikan kualitas pelayanan tetap terjaga dan relevan. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi Maxx Coffee serta coffee shop lainnya untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: sikap pelayanan, barista, kepuasan pelanggan, coffee shop, Maxx Coffee.

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of barista service attitude on customer satisfaction at Maxx Coffee Cideng. In the highly competitive coffee shop industry, service quality, particularly the attitude of baristas, plays a crucial role in shaping the customer experience. The study employs a quantitative approach, using interviews as the primary data collection method with customers of Maxx Coffee Cideng. The findings reveal that a friendly, efficient, and professional service attitude from baristas has a significant positive effect on customer satisfaction. Positive interactions between baristas and customers foster an emotional connection that enhances overall comfort and satisfaction. Furthermore, excellent service not only improves satisfaction but also drives customer loyalty and word-of-mouth recommendations. This research emphasizes the importance of training and developing interpersonal skills of baristas to maintain high service standards. The results of this study can serve as a reference for Maxx Coffee and other coffee shop businesses to improve customer experience and strengthen their competitive position in the market.

Keywords: service attitude, barista, customer satisfaction, loyalty, coffee shop, Maxx Coffee.

1. PENDAHULUAN

Dalam melakukan penelitian tentang Pengaruh Sikap Pelayanan Barista Maxx Coffee Terhadap Kepuasan Pelanggan berfokus pada peran pentingnya pelayanan dalam industri coffee shop yang kompetitif. Ditengah pesatnya pertumbuhan bisnis coffee shop di Indonesia saat ini, pelanggan tidak hanya mencari produk yang berkualitas tinggi, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan. Sikap pelayanan seorang barista yang mencakup keramahan, kesopanan, responsivitas, serta perhatian terhadap pelanggan menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan dan mempengaruhi mereka untuk kembali lagi ke coffee shop tersebut.

Maxx Coffee sebagai salah satu jaringan terkemuka di Indonesia juga harus memahami bagaimana sikap pelayanan baristanya dapat mempengaruhi kepuasan semua pelanggannya. Kepuasan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta reputasi merek di pasar yang kompetitif. Meski kualitas produk itu penting, pengalaman berinteraksi dengan barista sering kali menjadi faktor penentu ketika pelanggan menilai suatu coffee shop. Dalam konteks tersebut, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara sikap pelayanan barista dengan kepuasan pelanggan yang diterima.

Menurut beberapa ahli, pelayanan banyak mempersepsikan secara berbeda. Salah satu pakar yang mendefinisikan kualitas pelayanan adalah Cristian Gronroos (1982), menurutnya kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan akan berbeda. Hal tersebut tergantung pada strategi yang dipilih oleh perusahaan untuk memberikan dan mempromosikan layanan tersebut. Kotler dan Keller (2011) berpendapat pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Barista merupakan sebutan untuk partner yang bekerja dalam usaha coffee shop. Partner dalam hal ini memiliki arti

yang berbeda dengan arti sebenarnya. Perusahaan yang bergerak di bidang F&B ini mengartikan seluruh karyawannya sebagai partner karena mengikuti kebudayaan yang dianut oleh PT. Sari Kopi Indonesia yang menekankan bahwa seluruh karyawan merupakan orang-orang yang sama dengan satu yang lainnya yang bebas memiliki kebebasan mengeluarkan ide dan pendapat.

Kotler dan Armstrong (2016:150) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan berasal dari bahasa Latin "Satis" yang berarti cukup baik, memadai dan "Facio" yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2016:353).

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan atau diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode wawancara. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung yang diberikan kepada pelanggan Maxx Coffee Cideng.

Dengan populasi adalah kumpulan individu yang memiliki kualitas-kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Maxx Coffee Cideng yang biasa meluangkan waktu istirahatnya untuk meminum kopi, untuk meningkatkan kebugarannya sebelum melanjutkan pekerjaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai pengaruh sikap pelayanan barista terhadap kepuasan pelanggan, khususnya di Maxx Coffee Cideng, dapat mengungkap hubungan penting antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Pelayanan barista yang ramah, cepat, dan profesional memiliki dampak yang besar pada persepsi pelanggan terhadap pengalaman mereka di coffee shop. Dalam konteks Maxx Coffee, para barista berperan sentral dalam menciptakan suasana yang menyenangkan, yang dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan, serta menambah nilai emosional dalam interaksi mereka dengan coffee.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, termasuk interaksi antara barista dan pelanggan, mempunyai dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sebuah studi oleh Yudaraharja (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan barista berhubungan erat dengan kepuasan konsumen di Maxx Coffee, di mana pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan tetapi juga mendorong loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Dwi dan Utomo (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap barista mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali ke Maxx Coffee Cideng, dengan pelayanan yang ramah dan responsif menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Aspek penting dalam penelitian ini adalah pengaruh interaksi positif antara barista dan pelanggan yang menciptakan emosi positif. Konsumen yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik cenderung mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi, dapat meningkatkan kemungkinan besar mereka akan kembali lagi. Oleh karena itu, Maxx Coffee di Cideng perlu terus meningkatkan pelatihan dan keterampilan interpersonal barista mereka agar dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan, yang tidak hanya memenuhi harapan tetapi juga melebihi ekspektasi mereka.

Penelitian lebih lanjut untuk mengukur kepuasan pelanggan, seperti penggunaan survei kepuasan dan analisis umpan balik pelanggan, sangat penting untuk memastikan bahwa pelayanan

barista tetap relevan dan efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Maxx Coffee.



Gambar 1.
Bukti rating dari pelanggan Maxx Coffee Cideng yang berbeda

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan barista yang ramah, profesional, dan responsif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Maxx Coffee Cideng. Kualitas interaksi antara barista dan pelanggan tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Pelayanan yang baik, mencakup keramahan dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dapat menciptakan pengalaman positif yang membuat pelanggan untuk kembali ke kafe tersebut.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan selama berinteraksi dengan barista. Oleh karena itu, Maxx Coffee perlu terus fokus pada pelatihan keterampilan interpersonal bagi barista mereka untuk memastikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan melebihi ekspektasi mereka.

Studi ini juga mendukung pentingnya pengumpulan umpan balik dan survei kepuasan pelanggan sebagai bagian dari strategi untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, sikap

pelayanan barista menjadi faktor penting dalam keberhasilan dan daya saing Maxx Coffee di pasar yang kompetitif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, segala puji bagi ALLAH SWT, yang telah memberikan Rahmat dan HidayahNya kepada penulis. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Nani Nurani Muksin, S.Sos, M.Si sebagai dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif kelas H dan kami juga berterima kasih kepada Maxx Coffee telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Sutawidjaya, Ahmad Hidayat, and Tri Susanto. "Pengaruh kualitas pelayanan Barista terhadap kepuasan pelanggan Starbuck (Rest Area KM. 19)." (2012).

Triana, Neni. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Maxx Coffee Sun Plaza Medan."

Agesti Kurniawan, Robby. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan

Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Tabanco Coffee Jakarta Utara. Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, 2019.

- Daniela, Patricia. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara/Patricia Daniela/73180034/Pembimbing: Supriyanto." (2022).
- Dwi, S., & Utomo, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Barista terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi Starbucks. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45-60.
- Yudaraharja, P. (2021). Hubungan antara Pelayanan Barista dan Kepuasan Pelanggan pada Industri Kedai Kopi. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 9(3), 101-115.
- Winowatan, H., Rasyid, M., & Jaya, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Barista terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Industri Kafe. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 98-110. .
- ResearchGate. (2021). Customer Satisfaction and Barista Service Quality in Coffee Shops..