



Pengaruh Kualitas Biji Kopi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Coffee Shop* Kopi Soe Coffetaria

Fadli Sophian

¹Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email: fadlisophian1311@gmail.com

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan industri kedai kopi di Indonesia memicu persaingan ketat, termasuk bagi Kopi Soe Coffetaria Puri Niaga Jakarta Barat. Konsistensi rasa akibat variasi kualitas biji kopi dan kendala pelayanan saat jam sibuk menjadi permasalahan utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas biji kopi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Soe Coffetaria secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling terhadap 385 responden pelanggan Kopi Soe. Data diolah menggunakan instrumen SPSS meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas biji kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t_{hitung} 10,952 > t_{tabel} 1,966$; sig 0,000). Variabel pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial ($t_{hitung} 14,420 > t_{tabel} 1,966$; sig 0,000). Secara simultan, kualitas biji kopi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F_{hitung} 170,267 > F_{tabel} 3,02$; sig 0,000) dengan besaran kontribusi sebesar 46,9%, sedangkan 53,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Kombinasi kualitas biji kopi yang konsisten dan pelayanan yang prima terbukti menjadi strategi utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Biji Kopi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kopi Soe Coffetaria.

Abstract

The rapid growth of the coffee shop industry in Indonesia has led to intense competition, including for Kopi Soe Coffetaria Puri Niaga, West Jakarta. Flavor inconsistency driven by coffee bean quality variations and service delays during peak hours present major challenges affecting customer satisfaction. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of coffee bean quality and service on customer satisfaction at Kopi Soe Coffetaria. A quantitative method with an associative approach was employed. Sampling was conducted using a purposive sampling technique involving 385 Kopi Soe customer respondents. Data were analyzed using SPSS through classic assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that partially, coffee bean quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t_{calculated} 10.952 > t_{table} 1.966$; sig 0.000). Service also has a positive and significant partial effect ($t_{calculated} 14.420 > t_{table} 1.966$; sig 0.000). Simultaneously, coffee bean quality and service significantly affect customer satisfaction ($F_{calculated} 170.267 > F_{table} 3.02$; sig 0.000), contributing 46.9%, while the remaining 53.1% is influenced by other factors. The combination of consistent coffee bean quality and excellent service proves essential in enhancing customer satisfaction.

Keywords: Coffee Bean Quality, Service, Customer Satisfaction, Kopi Soe Coffetaria.

1. PENDAHULUAN

Industri kedai kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan laporan terkait, produksi kopi nasional meningkat dari 756 ribu ton pada tahun 2018 menjadi 794,8 ribu ton pada tahun 2022, dan diperkirakan mencapai 818 ribu ton pada tahun 2023. Indonesia juga menduduki peringkat teratas dunia dengan jumlah kedai kopi terbanyak yang mencapai lebih dari 461.991 gerai berbasis *Point of Interest* (POI).

Lonjakan jumlah kedai kopi ini menciptakan tingkat persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku usaha, termasuk Kopi Soe Coffetaria di Puri Niaga, Jakarta Barat. Berdasarkan observasi langsung peneliti selaku barista di lapangan, ditemukan adanya kendala riil berupa fluktuasi konsistensi rasa kopi serta keterlambatan penyajian saat volume kunjungan pelanggan meningkat. Dalam bisnis kedai kopi, kualitas biji kopi—yang mencakup aroma, cita rasa, tingkat kebersihan, serta kadar air maksimal 12,5% sesuai SNI 01-2907-2008—merupakan fondasi utama untuk memberikan pengalaman sensorik yang maksimal. Selain itu, kualitas pelayanan yang prima (meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) menjadi identitas penting untuk menjaga loyalitas konsumen.

Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen (misalnya: Maulana & Hadita, 2024; Hafiz et al., 2025), sebagian besar masih memandang kualitas produk secara umum tanpa membedah komponen spesifik bahan baku utama seperti kualitas biji kopi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara spesifik pengaruh kualitas biji kopi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Soe Coffetaria, baik secara parsial maupun simultan.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen (Kualitas Biji Kopi/ X_1 dan Pelayanan/ X_2) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan/ Y).

Populasi dan Sampel: Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Kopi Soe Coffetaria Jakarta Barat dengan karakteristik populasi tidak terhingga (*infinite population*). Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), sehingga diperoleh sampel minimal sebanyak 385

responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* (kriteria: pelanggan berusia minimal 17 tahun, pernah membeli dan mengonsumsi produk Kopi Soe secara langsung).

Teknik Pengumpulan Data: Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur menggunakan Skala Likert 1–5.

Teknik Analisis Data: Data diolah menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis meliputi:

1. **Uji Kualitas Data:** Uji validitas (korelasi Pearson, $r_{tabel} = 0,100$) dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha* $> 0,60$).
2. **Uji Asumsi Klasik:** Uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10), serta uji heteroskedastisitas (Uji Glejser).
3. **Analisis Regresi Linier Berganda & Pengujian Hipotesis:** Meliputi Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), dan Koefisien Determinasi (R^2).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden: Dari 385 responden, berdasarkan jenis kelamin didominasi perempuan (50,6% atau 195 orang) dan laki-laki (49,4% atau 190 orang). Berdasarkan usia, mayoritas berada pada rentang usia > 41 tahun (27,5%) dan 24–30 tahun (25,2%). Berdasarkan pekerjaan, didominasi oleh karyawan swasta (34,5%) dan pelajar/mahasiswa (33,5%).

- **Uji Kualitas Data:** Seluruh butir pernyataan kuesioner untuk variabel Kualitas Biji Kopi (X_1), Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan Valid karena nilai koefisien korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,100). Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk Kualitas Biji Kopi sebesar 0,955; Pelayanan sebesar 0,959; dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,957 (seluruhnya $> 0,60$), yang berarti instrumen sangat reliabel dan konsisten.

- **Uji Asumsi Klasik:**

Uji Normalitas: Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 ($> 0,05$), menunjukkan residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas: Nilai Tolerance masing-masing variabel 0,999 ($> 0,10$) dan VIF 1,001 (< 10), menandakan bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas: Nilai signifikansi uji Glejser untuk Kualitas Biji Kopi (0,217) dan Pelayanan (0,855) berada di atas 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

- **Analisis Regresi Linier Berganda:**

Berdasarkan pengolahan data SPSS, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,764 + 0,413X_1 + 0,529X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 1,764 menyatakan jika kualitas biji kopi dan pelayanan bernilai konstan (0), maka kepuasan pelanggan bernilai 1,764. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,413 dan X_2 sebesar 0,529 mengindikasikan hubungan searah yang positif.

- **Uji Hipotesis:**

Uji Parsial (Uji t): Variabel Kualitas Biji Kopi (X_1) memperoleh $t_{hitung} 10,952 > t_{tabel} 1,966$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Kualitas biji kopi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan). Variabel Pelayanan (X_2) memperoleh $t_{hitung} 14,420 > t_{tabel} 1,966$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima (Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan).

Uji Simultan (Uji F): Diperoleh nilai $F_{hitung} 170,267 > F_{tabel} 3,02$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kualitas biji kopi dan pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Soe Coffetaria.

- **Koefisien Determinasi (R^2):** Nilai *R Square* sebesar 0,469 menunjukkan bahwa 46,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas biji kopi dan pelayanan, sedangkan 53,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini (seperti harga, lokasi, atau suasana tempat).

3.4 Pembahasan

Temuan dalam penelitian ini memperkuat konsep perilaku konsumen dan manajemen pemasaran modern yang dikemukakan oleh Kotler et al. (2024) serta Solomon (2024), di mana

kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pasca-konsumsi terhadap kinerja aktual produk dan jasa yang dirasakan.

1. Pengaruh Kualitas Biji Kopi terhadap Kepuasan Pelanggan: Kualitas biji kopi terbukti memegang peranan krusial. Rasa, aroma khas, tingkat kebersihan biji dari cacat fisik, serta konsistensi profil seduhan (*clean aftertaste*) yang disajikan Kopi Soe mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu oleh Monica (2024) serta Nurlaila & Syah (2024) yang menyatakan bahwa mutu produk/bahan baku memberikan dampak langsung terhadap kepuasan konsumen kedai kopi.
2. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Dimensi pelayanan yang mencakup keramahan barista, ketepatan penyajian saat jam sibuk, kecepatan respons, dan kenyamanan fasilitas (*tangibles*) terbukti menjadi pendorong dominan kepuasan pelanggan (t_{hitung} tertinggi pada 14,420). Pelayanan yang tanggap dan profesional mampu meredam ketidakpuasan serta membangun loyalitas emosional pelanggan terhadap merek Kopi Soe Coffetaria.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, secara parsial variabel kualitas biji kopi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Soe Coffetaria Puri Niaga, Jakarta Barat. Selain itu, variabel pelayanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas biji kopi dan pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat kontribusi sebesar 46,9%, sementara 53,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Saran

1. **Bagi Perusahaan** (Kopi Soe Coffetaria): Manajemen disarankan untuk terus menjaga standar ketat penyimpanan dan pemilihan biji kopi guna meminimalisasi fluktuasi rasa, serta meningkatkan pelatihan operasional bagi staf/barista agar kecepatan dan keramahan pelayanan tetap terjaga terutama saat jam sibuk.
2. **Bagi Peneliti** Selanjutnya: Disarankan untuk memperluas cakupan variabel independen lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan—seperti variabel harga, variasi menu, atau store atmosphere—serta memperluas cakupan lokasi penelitian di luar area Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara (Kantor berita Indonesia). (2023). *Data Perkembangan Luas Perkebunan dan Produksi Nasional Kopi di Indonesia*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafiz, et al. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT Jagat Pramudita Aksata. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Ibrahim, et al. (2022). Konsep Dasar Kepuasan Pelanggan dan Evaluasi Paskakonsumsi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Isdianti. (2025). Analisis Perilaku Konsumen dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan. *Penerbit Akademika*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Brady, M. (2024). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Manik, & Ramagelar. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-58.
- Monica. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Kren Pos Bloc Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*.
- Nurlaila, & Syah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Inspirasi Kebon Jati. *e-Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Solomon, M. R. (2024). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (14th ed.). Pearson.
- Standar Nasional Indonesia (SNI 2907:2008). (2008). *Biji Kopi - Syarat Mutu dan Metode Uji*. Badan Standardisasi Nasional (BSN).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.