

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE  
SHOP DI MAKASSAR (STUDI KASUS: ANOMALI COFFEE MAKASSAR)**



**SITI NUR ULFA**

**G021171333**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Coffee Shop Di  
Makassar (Studi Kasus: Anomali Coffee Makassar)**

**SITI NUR ULFA**

**G021171333**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE  
SHOP DI MAKASSAR (STUDI KASUS: ANOMALI COFFEE MAKASSAR)**

SITI NUR ULFA  
G021171333

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

Pada

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP COFFEE  
SHOP DI MAKASSAR (STUDI KASUS: ANOMALI COFFEE MAKASSAR)**

**SITI NUR ULFA**

**G021171333**

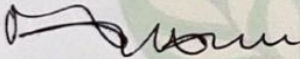
Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis pada  
tanggal 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

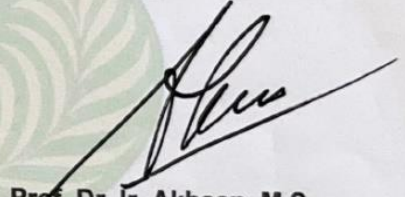
pada

Program Studi Agribisnis  
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

Disetujui Oleh:



**Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.**  
19590401 198502 1 001



**Prof. Dr. Ir. Akhsan, M.S.**  
19611212 198702 1 001

Diketahui Oleh:



**Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**  
19721107 199702 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Bismillah, Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul "***Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Coffee Shop di Kota Makassar (studi kasus: Anomali Coffee Makassar)***" benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing. Belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Saya menyatakan bahwa semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 31 Juli 2024



Siti Nur Ulfa  
3021171333

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Siti Nur Ulfa**, lahir di Makassar pada tanggal 31 Maret 1999 merupakan anak pertama dari tiga bersaudara yaitu **Muh. Ikram Sujana** dan **Muh. Fauzan Sujana**. Terlahir dari pasangan **Bapak Ir. Tato Sujana dan Ibu Sitti Sulfinah Achmad**. Selama hidup, penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. SD KARTIKA WRB XX-1 Tahun 2005-2011
2. SMPN 6 Makassar Tahun 2011-2014
3. SMAN 2 Makassar Tahun 2014-2017
4. Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN menjadi mahasiswa di program studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas

Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar Tahun 2017 untuk jenjang Strata Satu(S1)

Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin selain mengikuti kegiatan akademik, penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan menjadi Pengurus Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) periode 2019/2020 sebagai anggota departemen Minat dan Bakat (Mikat), selain itu penulis juga bergabung dalam organisasi UKM Bola Basket. Penulis juga aktif mengikuti kepanitiaan *Social Creative Coffee Expo* di Makassar yang diadakan oleh Kementerian Pertanian pada tahun 2023, Selain itu, penulis juga aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat regional, nasional dan internasional. Untuk memperoleh pengalaman kerja, penulis pernah magang selama 30 hari kerja di Dinas Pertanian & Hortikultura, Konawe, Kota Kendari pada tahun 2019, juga kerja sebagai Barista di Anomali Coffee Makassar selama 3 bulan pada tahun 2022 dan mendapatkan tawaran kerja sebagai Manager Café di Pagi Hari Coffee Citraland pada tahun 2022.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah Rabbil 'Aalamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan dan teladan umat manusia, Baginda Rasulullah SAW, beserta para keluarga dan sahabat yang senantiasa membawa kebaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak ucapan syukur yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Ayahku tercinta **Ir. Tato Sujana** dan Ibuku terkasih **Sitti Sulfinah Achmad** dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada beliau yang telah membesarkan, mendidik, merawat serta mendukung dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan serta keikhlasan dan do'a yang tidak pernah putus untuk kebaikan anaknya selama ini. Semoga tulisan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu. Saudara-saudariku tersayang yang selama ini selalu mendukung dan mendoakan **Muh. Ikram Sujana** dan **Muh. Fauzan Sujana**, terima kasih atas segala perhatian dan kasih sayang, dukungan, serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

Namun, dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan tidak mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.** dan **Prof. Dr. Ir. Akhsan, M.S.** sebagai dosen pembimbing, penulis ucapkan banyak terima kasih atas waktu, ilmu, serta bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Walaupun ditengah padatnya kegiatan, beliau senantiasa meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dan kekurangan yang mungkin dapat membuat kecewa, baik pada saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga segala aktivitas beliau dapat dimudahkan serta diberikan kesehatan dan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT. Semoga beliau selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
2. Ibu **Dr. Ir. Heliawaty, M.Si.** dan Bapak **Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.**, selaku Penguji yang telah memberikan kritik serta saran yang membantu penulis dalam memperbaiki penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dan sikap yang mungkin kurang berkenan selama ini. Semoga Ibu diberikan kesehatan dan rezeki yang berlimpah dan tetap selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Bapak **Achmad Amiruddin, S.P., M.Si.**, selaku Panitia Seminar Proposal, terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan untuk mengatur jadwal seminar serta mengatur jalannya seminar proposal penulis sehingga dapat berjalan dengan lancar. Semoga Ibu senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
4. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya **Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah meluangkan waktu, mengajarkan

banyak ilmu, dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.

5. **Seluruh Staf dan Pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
6. Kepada pihak **Anomali Coffee Makassar**, serta seluruh **Customer Anomali Coffee Makassar** yang bersedia menjadi informan dalam proses penelitian penulis, terima kasih telah menyambut dengan hangat, membantu dan memberikan banyak ilmu dan pengalaman baru kepada penulis dalam melakukan penelitian di lapangan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
7. Bapak **Kepala Dinas Pertanian & Hortikultura Konawe**, Bapak Manager **Anomali Coffee Makassar** dan selaku Ibu Pemilik Café juga karyawan **Pagi Hari Coffee Citraland** terima kasih telah memberikan pengalaman yang sangat berharga, serta memberikan dukungan dan motivasi untuk tetap semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga segala kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT.
8. **Andi Achmad Ferlin Pawi** seseorang yang senantiasa menemani, memberi nasihat, memberi semangat, dan mendukung dalam setiap proses dan perjuangan penulis. Penulis mengucapkan terima kasih karena masih membersamai penulis sampai sekarang. Terima kasih karena selalu mengingatkan kepada penulis dikala penulis lagi di zona nyaman dan terlalu fokus bekerja. Terima kasih juga sudah menjadi tempat penulis berkeluh kesah, dan atas segala kebbaikannya sudah menemani dan memberikan ketulusan, dukungan, kesabaran, kepercayaan, kasih sayang. Semoga setiap langkahmu selalu dilindungi oleh Allah SWT. Sekali lagi terima kasih banyak A. Achmad Ferlin Pawi., tetap semangat dan mari berjuang bersama-sama.
9. **Keluarga Besar Agribisnis Unhas Angkatan 2017 (AFINI7AS)** yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi saudara dan keluarga bagi penulis. Penulis sangat bersyukur bisa dipertemukan dengan teman-teman AFINI7AS. Semoga kita semua dapat mencapai cita-cita yang diinginkan dan semoga persaudaraan ini akan tetap terjalin walaupun nantinya kita sudah berjarak dan sibuk dengan tujuan masing-masing.
10. **Keluarga Besar Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA)**, sebagai wadah komunikasiku curahan bakat minatku. Terima kasih atas segala pengalaman dan pengajaran yang telah diberikan kepada penulis selama menggeluti organisasi ini.
11. **Keluarga Besar TEMAN JALAN MAKASSAR**, ternyata bersama-sama melangkah itu menyenangkan. Terima kasih karena senantiasa selalu mendukung dan mendorong untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga teman-teman selalu diberi kesehatan & kebaikan dikehidupan seterusnya.
12. **Keluarga Besar DEWAN PERWAKILAN KOPI**, minum kopi adalah sesuatu yang nyaman. Terima kasih karena telah menemani penulis untuk riset & keliling kota makassar untuk melengkapi data penelitian. Terima kasih juga karena selalu bersemangat bangun pagi hanya untuk minum kopi di tempat baru yang ada di Kota Makassar



13. Terakhir, kepada diri sendiri **Siti Nur Ulfa**, terima kasih karena telah berjuang hingga sekarang, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah menjadi perempuan hebat yang menjadi tulang punggung sambil menghadapi dunia perkuliahan. Kamu kuat, kamu bijaksana dalam mengambil keputusan, aku bangga pada diriku sendiri. Semoga untuk kedepannya saya diberi kesehatan, panjang umur, dan dilancarkan segala urusannya oleh Allah SWT.

Demikian dari penulis, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diberikan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat kelak oleh Allah SWT. Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin.

## ABSTRAK

SITI NUR ULFA, **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap *Coffee Shop* di Kota Makassar (Studi Kasus: Anomali Coffee Makassar)**. Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S. & Prof. Dr. Ir. Akhsan, M.S

**Latar Belakang**, Coffee shop atau kedai kopi telah banyak menjamur, salah satunya di kota Makassar. Tersebarinya kedai kopi yang beragam dan hampir ada di seluruh sudut kota membuat kota Makassar sering dijuluki sebagai kota Seribu Kedai Kopi. Kemunculan berbagai kedai kopi di kota Makassar meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memilih kedai kopi dari banyaknya pilihan yang tersedia. Namun demikian, tidak semua kedai kopi yang ada di kota Makassar memiliki keuntungan yang besar dan sama. Ada beberapa kedai kopi yang tutup karena kalah bersaing dengan kedai kopi yang memberikan fasilitas lebih, pelayanan terbaik, serta menu yang bervariasi dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas. Hal tersebut disebabkan oleh ketidaktahuan produsen kedai kopi terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam memilih kedai kopi. Salah satu kedai kopi yang sangat diminati oleh penikmat kopi di kota Makassar adalah Anomali Coffee. kopi yang diproduksi Anomali Coffee sangat dikenal oleh kalangan millennial karena cita rasanya yang sangat khas. Tingkat kepuasan konsumen penting untuk dianalisis agar dapat mengetahui daya tarik dari kedai kopi tersebut secara lebih mendalam. **Tujuan**. Tujuan untuk mengetahui atribut yang menjadi landasan tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman kopi di Anomali Coffee Makassar. **Metode**. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yakni menggunakan analisis deskriptif dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). **Hasil**. Hasil penelitian menggunakan metode analisis CSI pada penelitian ini menunjukkan bahwa aroma dan kebersihan minuman menjadi atribut landasan kepuasan konsumen Anomali Coffee dengan nilai 0,7441 atau 74,41%. Berdasarkan kriteria nilai CSI, nilai tersebut berada pada rentang nilai 0,66 - 0,80 atau 66 - 80% yang termasuk dalam kategori puas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman kopi di Anomali Coffee Makassar memuaskan.

**Kata Kunci** : Coffee Shop, Tingkat Kepuasan, *Customer Satisfaction Index* (CSI).

## ABSTRACT

SITI NUR ULFA, **Analysis of Consumer Satisfaction Level with Coffee Shop in Makassar City (Case Study: Anomali Coffee Makassar)**. Advisor: Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S. & Prof. Dr. Ir. Akhsan, M.S.

**Background**, Coffee shops have mushroomed a lot, one of which is in the city of Makassar. The spread of various coffee shops and almost in all corners of the city makes Makassar often dubbed as the city of a thousand coffee shops. The emergence of various coffee shops in Makassar city increases the tendency of consumers to choose coffee shops from the many choices available. However, not all coffee shops in Makassar city are equally profitable. There are several coffee shops that have closed down because they are unable to compete with coffee shops that provide more facilities, the best service, and a varied menu with more affordable prices and quality. This is due to the ignorance of coffee shop producers to the level of consumer satisfaction in choosing a coffee shop. One of the coffee shops that is in great demand by coffee lovers in Makassar city is Anomali Coffee. the coffee produced by Anomali Coffee is very well known by millennials because of its very distinctive taste. The level of customer satisfaction is important to analyze in order to find out the attractiveness of the coffee shop in more depth. **Objectives**, The aim is to find out the attributes that are the basis for the level of consumer satisfaction with coffee drinks at Anomali Coffee Makassar. **Method**. The analysis method used in this study is to use descriptive analysis and Customer Satisfaction Index (CSI). **Results**. The results of research using the CSI analysis method in this study indicate that the aroma and cleanliness of drinks are the cornerstone attributes of Anomali Coffee consumer satisfaction with a value of 0.7441 or 74.41%. Based on the CSI value criteria, this value is in the range of values 0.66 - 0.80 or 66 - 80% which is included in the satisfied category. Thus, it can be concluded that the level of consumer satisfaction with coffee drinks at Anomali Coffee Makassar is satisfactory.

**Keywords:** Coffee Shop, Satisfaction Level, Customer Satisfaction Index (CSI).

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Research Gap.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	4
1.6 Kerangka Pemikiran.....	4
II. METODE PENELITIAN.....	7
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
2.2 Metode Penelitian.....	7
2.3 Metode Analisis.....	7
2.3.1 Analisis Deskriptif.....	7
2.3.2 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI).....	7
2.4 Batasan Operasional.....	9
III. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	10
3.1 Identitas Usaha.....	10
3.1.1 Tingkat Pertumbuhan <i>Coffee Shop</i> di Kota Makassar.....	10
3.2 Karakteristik Responden.....	11
3.2.1 Jenis Kelamin.....	11
3.2.2 Umur.....	11
3.2.3 Pendapatan.....	12
3.2.4 Pekerjaan.....	12

3.3	Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kenyataan pada Kualitas Minuman Kopi Arabika .....	12
3.4	Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen .....	13
3.5	Tingkat Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction Index</i> ) Anomali Coffee 13	
IV.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	15
4.1	Kesimpulan .....	15
4.2	Saran .....	15
	DAFTAR PUSTAKA.....	16

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konsumsi Kopi di Indonesia .....	1
Tabel 2. Jumlah Kedai Kopi di Kota Makassar .....	3
Tabel 3. Jenis Kelamin Responden .....	11
Tabel 4. Umur Responden.....	11
Tabel 5. Pendapatan Responden .....	12
Tabel 6. Pekerjaan Responden .....	12
Tabel 7. Tingkat Kepentingan Atribut.....	12
Tabel 8. Bobot Tingkat Penilaian .....	13

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	17
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian .....	22





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir harga kopi cenderung berada pada tingkat rendah dan posisi negara-negara produsen kopi sangat tidak menguntungkan, karena terjadi kelebihan pasokan di pasar kopi dunia. Hal ini menyebabkan pihak produsen dan eksportir kopi di Indonesia mengalami kesulitan dalam mencari terobosan-terobosan dan upaya dalam rangka mengangkat harga kopi. Namun, telah ditetapkan visi pengembangan perkopian di Indonesia, yaitu mengembangkan sistem dan usaha agribisnis perkopian yang berdaya saing, berkerakyatan, berkelanjutan, dan terdesentralisasi (Budiharjo, 2014).

Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak yang terkait dalam proses produksi kopi, pengolahan, dan pemasaran komoditas juga preferensi konsumen. Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing di pasar dunia. Sikap konsumen terhadap suatu produk berarti mempelajari kecenderungan konsumen untuk mengevaluasi produk baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten. Dengan demikian, konsumen dapat mengevaluasi produk tersebut secara keseluruhan dari yang paling buruk hingga yang paling baik (Naibaho, 2016).

Demi mengikuti keinginan konsumen, produsen kopi juga terus berinovasi dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen terhadap produk akhir kopi. Pada saat ini konsumen kopi juga menganggap kopi bukan sekedar minuman pelengkap, namun dianggap sebagai minuman pokok bagi konsumen yang kecanduan terhadap minuman kopi. Beberapa penikmat kopi menganggap bahwa kopi merupakan suatu gaya hidup karena pola konsumsi kopi saat ini bukan hanya diminum di pagi hari saja namun di setiap waktu. Situasi ini terjadi tidak hanya dikalangan dewasa saja namun juga dikalangan remaja (Utami, 2019).

**Tabel 1. Konsumsi Kopi di Indonesia**

Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Konsumsi Kopi (ton)	Persentase(%)
2016	258.705.000	302.176	0.1
2017	261.891.000	304.231	0.1
2018	265.015.000	306.183	0.1
2019	267.974.000	307.915	0.1
2020	271.066.000	309.771	0.1

Sumber : *Data sekunder setelah diolah, 2021.*

Pada tabel 1, terdapat informasi bahwa perkembangan konsumsi kopi di Indonesia selama 5 tahun terakhir terus bertambah dan diperkirakan perkembangan konsumsi kopi di masa yang akan datang akan terus meningkat. Hal ini membuat seluruh sub sektor agribisnis terus berusaha untuk memenuhi seluruh permintaan konsumen tersebut terhadap kopi. Terutama di sektor hulu perkembangan luas areal meningkat setiap tahunnya pada tahun 2016 hingga 2020. Peningkatan luas areal ini juga diikuti Provinsi Sulawesi Selatan sebagai salah satu produsen kopi di Indonesia.

Strategi yang dapat mempercepat proses bangkitnya perkopian Indonesia sehingga agribisnis perkopian dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan perekonomian nasional melalui peningkatan pendapatan, khususnya pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja dan berkembangnya industri yang menghasilkan nilai tambah tinggi dengan menggunakan bahan baku domestik dan pelestarian lingkungan hidup salah satunya yakni dengan membangun *Coffee Shop*. *Coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan produk kopi beserta produk turunannya sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman lainnya seperti teh, cokelat, juga makanan ringan yang biasanya ditawarkan sebagai menu hidangan pendamping minuman kopi. Dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* merupakan suatu bentuk kerja sama yang menyediakan produk atau layanan, khususnya kopi dan berbagai minuman lainnya serta makanan sampingan dalam bentuk kedai kopi, warung, dan *café and resto* untuk mencapai keuntungan agribisnis perkopian dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia (Saefuddin, 2020).

*Coffee shop* atau biasanya dikenal dengan kedai kopi telah banyak menjamur salah satunya di Kota Makassar. Beragam dan tersebarunya kedai kopi yang hampir ada diseluruh sudut kota membuat Kota Makassar sering dijuluki sebagai kota Seribu Kedai Kopi. Selain untuk menikmati kopi, kedai kopi juga telah menjadi tempat dalam melakukan berbagai aktivitas seperti sosialisasi, rapat, jumpa pers, seminar, diskusi, reuni, dan juga tak jarang dimanfaatkan sebagai tempat bekerja karena sebagian besar kedai kopi di Kota Makassar telah menyediakan fasilitas *Wi-Fi* yang dapat memudahkan masyarakat dalam menjalani aktivitasnya (Faisal, 2018).

Kemunculan berbagai kedai kopi di Kota Makassar membuat konsumen memiliki pilihan yang banyak terhadap kedai kopi yang ada. Hal ini membuat ketertarikan konsumen untuk memilih sebuah kedai kopi. Budaya minum kopi saat ini menjadi sebuah *trend* baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan komoditas kopi dapat memancing munculnya berbagai *brand*, kedai dan warung-warung kopi. Hal tersebut membuka daya saing untuk kedai kopi lainnya dan menciptakan cita rasa akan kopi yang berbeda-beda. Kota Makassar menjadi tempat yang sangat berpotensi untuk memasarkan hasil produk kopi dalam segala jenis kopi khususnya. Seiring berjalannya waktu, peningkatan jumlah kedai kopi juga tumbuh secara pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kota Makassar.

Dengan meningkatnya jumlah penikmat kopi di Kota Makassar membuat sebuah peluang bisnis yang baik untuk membuka *coffee shop*. Proses pembuatan kopi yang penulis ketahui dapat menggunakan mesin dan *manual brewing* yang menggunakan berbagai teknik seperti V60, *french press*, chemex, Vietnam drip, *cold brew*, siphon, *aeropress*, tubruk dan sanger. Kedua proses pembuatan kopi menciptakan olahan kopi yang dinamakan *Espresso*. Pengolahan kopi tersebut dapat mempermudah dalam menghasilkan produk olahan kopi seperti es kopi susu, es kopi aren, *americano*, *cappuccino*, *latte*, dan *espresso*. Keenam produk tersebut merupakan produk olahan akhir dari kopi yang banyak diminati dan dijual diberbagai macam kedai kopi di Kota Makassar.

**Tabel 2. Jumlah Kedai Kopi di Kota Makassar**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kedai Kopi</b>
2017	629
2018	714
2019	794
2020	864
2021	947

Sumber : *Data sekunder setelah diolah, 2022.*

Pada tabel 2, diperoleh informasi bahwa jumlah kedai kopi di Makassar selama 5 tahun terakhir terus bertambah dan diperkirakan perkembangan konsumsi kopi di masa yang akan datang akan terus meningkat. Hal ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih kedai kopi atau *coffee shop*. Namun pada dasarnya tidak semua kedai kopi yang ada di Kota Makassar memiliki keuntungan yang besar dan sama. Ada beberapa kedai kopi yang tutup karena kalah bersaing dengan kedai kopi yang memberikan fasilitas lebih baik, pelayanan terbaik, menawarkan berbagai macam variasi menu dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas.

Hal ini dikarenakan produsen kedai kopi tersebut tidak mampu mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada kontribusi bauran pemasaran dalam memilih kedai kopi. Salah satu kedai kopi yang sangat diminati oleh penikmat kopi di Kota Makassar adalah Kopi Anomali Makassar. Menurut peneliti, Kopi Anomali Makassar sangat dikenal oleh semua kalangan millennial hingga generasi yang akan datang karena memiliki cita rasa yang khas dan memiliki harga yang dapat dijangkau oleh peminatnya. Pentingnya menganalisa tingkat kepuasan konsumen agar dapat mengetahui apa saja daya tarik dari kedai kopi tersebut selain yang disebutkan oleh penulis.

Berdasarkan uraian diatas, tentunya ada beberapa karakteristik konsumen dan tingkat kepuasan konsumen yang akan dijumpai di Kopi Anomali Makassar. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap *Coffee Shop* di Kota Makassar (studi kasus : Kopi Anomali Makassar)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Tingginya tingkat persaingan kedai kopi di Kota Makassar yang ditandai dengan jumlah kedai kopi yang terus meningkat dalam 5 tahun terakhir, tercatat ada 629 kedai pada tahun 2017 kemudian meningkat menjadi 947 kedai di tahun 2021. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi kedai kopi karena tidak seiringnya pertambahan kedai kopi dengan konsumen maka dari itu kedai kopi dianggap perlu untuk memperhatikan respon kepuasan konsumen untuk tetap mempertahankan konsumennya. Upaya tersebut dapat membuat kedai kopi dapat bertahan ditengah persaingan kedai kopi yang semakin ketat. Berdasarkan hal diatas, penulis akan mengkaji tentang tingkat kepuasan konsumen dan mengetahui atribut apa saja yang menjadi landasan konsumen terhadap kedai kopi Anomali Makassar.

### 1.3 Research Gap

Ada beberapa penelitian terdahulu yang mirip dengan penelitian ini yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Konsumen. Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo” oleh Dwi Aliyyah dan Sunarti (2017) yang menjelaskan dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Geo Coffee)” Oleh Putri Anggi Ranitaswari, Sri Mulyani, Cokorda Anom Bayu Sadyasmara (2018) bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen agar dapat mencapai kepuasan pelanggan, mengetahui tingkat kepuasan atau tingkat kesesuaian konsumen terhadap produk minuman kopi dan pelayanan di Geo Coffee. Melihat bahwa penelitian dalam menganalisis kepuasan konsumen di Makassar masih terbatas, maka penelitian yang akan direncanakan dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap *Coffee Shop* terkhususnya di Kedai Kopi Anomali Makassar yang tergolong sebuah kedai kopi terbesar juga ternama di Kota Makassar.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yakni :

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi di Kedai Kopi Anomali Makassar.
2. Menganalisis atribut yang menjadi landasan kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi di Kedai Kopi Anomali Makassar.

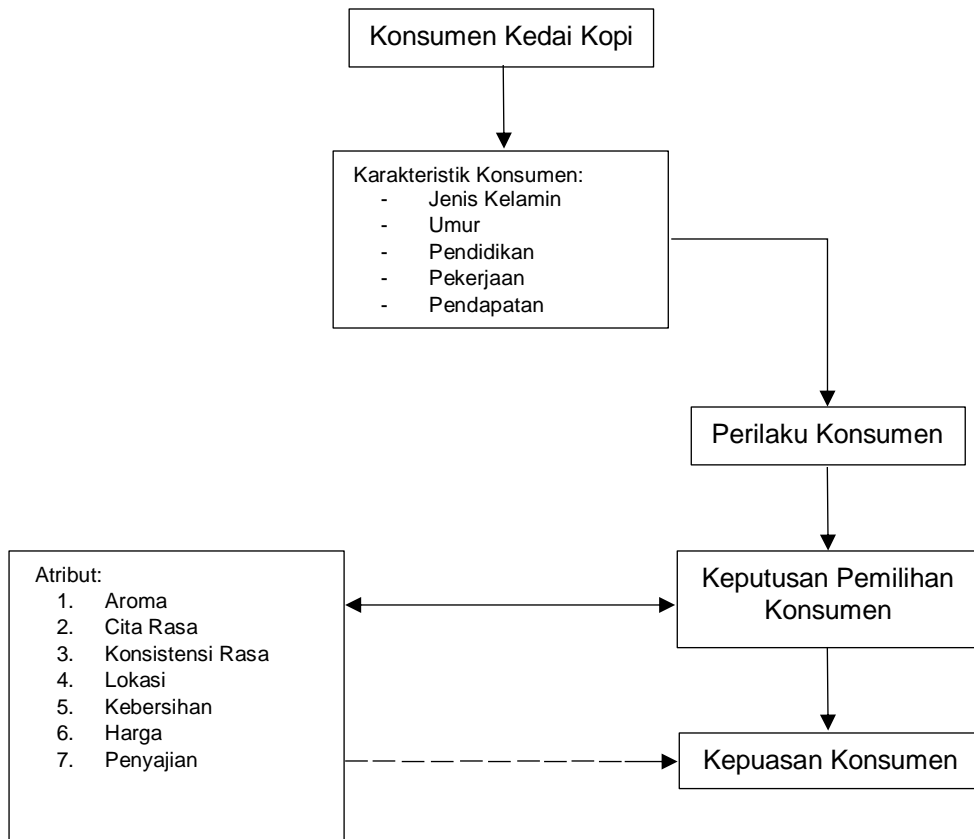
### 1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi bahan informasi, evaluasi dan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya dan bagi konsumen untuk menambah atau memperluas wawasan dalam memilih *coffee shop*.

### 1.6 Kerangka Pemikiran

Pada umumnya, kedai kopi tergolong sangat ramai dan dapat ditemukan dimana saja. Meningkatnya konsumsi kopi membuat kedai kopi menjamur dan menjadi perbandingan bagi konsumen dalam memilih sebuah kedai kopi yang sesuai keinginan mereka. Perilaku konsumen dalam sebuah keputusan untuk memilih sebuah kedai kopi berhubungan dengan beberapa karakteristik konsumen seperti Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan, Pekerjaan, dan Pendapatan. Selain itu, keputusan pemilihan kedai kopi dipengaruhi oleh beberapa variabel dari bauran pemasaran yakni *Product, Price, Place, People, Promotion, Process, dan Physical Evidence*. Variabel-variabel yang terdapat pada bauran pemasaran memiliki atributnya masing-masing seperti *Product* memiliki atribut Citra Rasa, Aroma, dan Variasi Menu, *Price* yakni, Perbandingan harga dengan kualitas dan Perbandingan harga dengan kedai kopi lainnya, atribut *Place* yaitu Lokasi dan Kebersihan Tempat, atribut *Process* yaitu Kecepatan penyajian dan Transaksi, atribut *People* yaitu Penampilan dan Pelayanan Barista, terakhir adalah atribut *Physical Evidence* yakni Frekuensi pembelian dan

mengikuti trend. Atribut-atribut yang terdapat pada setiap variabel sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, dimana bila atribut-atribut tersebut memberi kesan yang baik pada konsumen maka akan menimbulkan pula perasaan puas pada konsumen setelah membeli produk tersebut. Selain itu, kepuasan konsumen juga berhubungan dengan keputusan dalam pemilihan kedai kopi, bila konsumen merasa puas terhadap hal-hal yang disajikan pada suatu kedai kopi maka akan membuat konsumen melakukan pembelian selanjutnya atau pembelian secara berkala pada kedai kopi tersebut.



Ket:  $\longleftrightarrow$  menyatakan alur  
 $\longrightarrow$  menyatakan hubungan  
 $- - - \longrightarrow$  menyatakan pengaruh

**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap *Coffee Shop* di Kota Makassar.**

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Anomali Coffee Makassar, Kecamatan Mariso, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) atas dasar pertimbangan bahwa di daerah tersebut terdapat salah satu kedai kopi yang sangat ramai dijumpai oleh konsumen. Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Juni 2022 hingga waktu yang tak ditentukan.

### 2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi kasus dimana menurut Prihatsanti, Suryanto & Hendriani (2018) studi kasus berfokus pada kasus tertentu secara mendalam sehingga dapat mengidentifikasi hubungan social, proses, dan kategori yang secara bersamaan dapat dikenali, khas, dan unik juga. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan teknik wawancara langsung, observasi ke lokasi penelitian, dokumentasi, serta studi pustaka dengan mengkaji beberapa landasan teori.

### 2.3 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Setelah melakukan pengambilan data, peneliti akan melakukan analisis deskriptif guna untuk mengkaji karakteristik konsumen dan keputusan konsumen. Selanjutnya dilakukan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap *coffee shop*.

#### 2.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengkaji karakteristik dan keputusan konsumen pada daerah penelitian.

Dalam melakukan metode analisis deskriptif membutuhkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner ditabulasikan dalam kerangka table yang telah disiapkan, kemudian data primer tersebut dianalisis untuk melihat hasil yang diperoleh. Karakteristik konsumen yang akan dianalisis meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan juga keputusan konsumen yang akan dianalisis meliputi motivasi konsumen, sumber informasi *coffee shop*, manfaat yang dicari, frekuensi kedatangan ke *coffee shop*, dan penilaian konsumen saat berkunjung ke *coffee shop*.

#### 2.3.2 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen atau biasanya disingkat **CSI** (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kedai kopi dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut bauran pemasaran. Indeks kepuasan konsumen juga sangat berguna untuk

tujuan internal perusahaan. Adapun tahapan yang digunakan untuk menguji tingkat kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Melakukan analisis CSI dengan tahapan sebagai berikut:
  - a) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut. Nilai MIS dan MSS masing-masing dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$\mathbf{MIS} = \sum \frac{y^i}{n} \dots \dots \dots \mathbf{(1)}$$

$$\mathbf{MSS} = \sum \frac{x^i}{n} \dots \dots \dots \mathbf{(2)}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

y<sup>i</sup> = nilai kepentingan atribut ke-i

x<sup>i</sup> = nilai kinerja atribut ke-i

- b) Menggunakan *Weighted Factor* (WF) fungsi MIS atau nilai rata-rata tingkat kepentingan (MIS<sub>i</sub>) masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* (MIS<sub>i</sub>) untuk seluruh atribut yang diuji. Nilai WF dapat diperoleh dengan menggunakan persamaan berikut:

$$\mathbf{Wfi} = \frac{MIS_i}{Total\ MIS_i} \dots \dots \dots \mathbf{(3)}$$

Keterangan:

MIS<sub>i</sub> = *Mean Importance Score* ke-i

- c) Menggunakan perhitungan *Weighted Score* (WS), fungsi dari MSS dikalikan dengan WF. MSS atau nilai rata-rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat performance atau nilai rata-rata tingkat kinerja.

$$\mathbf{WSi} = MSS_i \cdot WFi \dots \dots \dots \mathbf{(4)}$$

Keterangan:

MSS<sub>i</sub> = *Mean Satisfaction Score* ke-i

WFi = *Weighted Factor* ke-i

- d) Menggunakan perhitungan *Weighted Average Total* (WAT), fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-1 (a<sub>1</sub>) hingga atribut ke-n (a<sub>n</sub>).

$$\mathbf{WAT} = WSa_1 + WSa_2 + \dots + WSa_n \dots \dots \dots \mathbf{(5)}$$

Keterangan:

WS<sub>α</sub> = *Weighted Score*



e) Melakukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu fungsi dari nilai *Weighted Average* (WA) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala likert yang dipergunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan pekerja.

$$\text{CSI} = \frac{WA}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

WA = *Weighted Average*

HS = *Highest Scale* (skala maksimum)

Kriteria penggolongan nilai CSI adalah sebagai berikut :

Nilai CSI	Kriteria CSI
81% – 100%	Sangat Puas
66% – 80%	Puas
51% – 65%	Cukup Puas
35% – 50%	Kurang Puas
0% – 34%	Tidak Puas

Sumber: *Ihsan dalam Ayuni, dkk (2017)*

## 2.4 Batasan Operasional

Konsep operasional merupakan panduan yang menjelaskan ruang lingkup ataupun batasan variabel serta pengukurannya guna memudahkan dalam proses pengambilan data. Adapun batasan operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Konsumen adalah individu yang membeli dan mengkonsumsi kopi.
2. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperoleh terhadap kinerja yang diharapkan.
3. Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakter suatu produk/jasa yang mempengaruhi kemampuannya dalam memuaskan konsumen.
4. Standarisasi karakteristik cita rasa kopi adalah aroma, keasaman, berat, rasa, *aftertaste* dan *sweetness*.
5. Aroma adalah bau alami yang dihasilkan kopi setelah diseduh.
6. *Acidity* adalah tingkat keasaman dari kopi yang dirasakan saat meminumnya.
7. Berat (*Body*) adalah tekstur atau kekentalan kopi saat berada di dalam mulut.
8. Rasa (*Flavour*) adalah karakter dari rasa kopi.
9. *Aftertaste* adalah rasa yang tertinggal di dalam mulut usai meminum kopi.
10. *Sweetness* adalah rasa manis alami dari kopi (tanpa gula tambahan).
11. *Coffee Shop* atau kedai kopi adalah sebuah tempat yang menjual kopi dan jenis minuman lain, serta makanan-makanan cepat saji.
12. Kopi yang dijadikan objek penelitian yaitu minuman olahan berbahan dasar biji kopi arabika.