

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS

PELAYANAN COFFEE SHOP & COWORKING SPACE

DI YOGYAKARTA

Raras Inggita Arcci Citra Canta¹, Novita Erma Kristanti², Henry Yuliando²

INTISARI

Kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sinergi, Kolektif, dan Relasi merupakan kedai kopi yang menawarkan ruang kerja dengan sistem manajemen yang sama. Upaya untuk mempertahankan konsumen tersebut harus memberikan kualitas pelayanan yang baik dan yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dalam beraktivitas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prioritas atribut yang perlu diperbaiki pada kedai kopi dan ruang kerja serta menganalisis rekomendasi perbaikan pada kedai kopi dan ruang kerja.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen yang pernah mengunjungi Relasi, Kolektif, dan Sinergi minimal satu kali. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) dengan jumlah sampel 300 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) pada setiap kuadran mempengaruhi kepuasan konsumen dan terdapat 3 atribut pada kuadran I. Hasil *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) urutan prioritas perbaikan yang didapatkan dari hasil IPA dan PGCV yaitu pada variabel *tangible* (4), *empathy* (19), dan *responsiveness* (9). Rekomendasi didapatkan dari hasil perhitungan prioritas pada PGCV. Rekomendasi perbaikan yang perlu dilakukan yaitu, pengecekan terhadap semua fasilitas yang disediakan, adanya pelatihan peningkatan kemampuan karyawan terhadap pelayanan, dan berani berinteraksi dengan konsumen menawarkan menu yang ada.

Kata Kunci : IPA, Kualitas Pelayanan, Kedai Kopi, PGCV, Ruang Kerja

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

CONSUMER PERCEPTION ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY OF COFFEE SHOP & COWORKING SPACE IN YOGYAKARTA

Raras Inggita Arcci Citra Canta¹, Novita Erma Kristanti², Henry Yuliando²

ABSTRACT

Service quality contributes significantly to the creation of differentiation, positioning, and competitive strategies for any marketing organization, be it manufacturing companies or service providers. Service quality consists of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Sinergi, Kolektif, and Relasi are coffee shop and coworking space with the same management system. Efforts to maintain these consumers must provide good quality service and aligned with consumer desires, so that consumers feel comfortable in their activities. Therefore, this study aims to determine the priority attributes that need to be improved in coffee shops and coworking spaces, as well as analysing recommendations for improvements in coffee shops and coworking spaces.

This study uses data collection techniques through questionnaires with non-probability sampling as the sampling method used. Respondents who fill out the questionnaires are consumers who have visited Relasi, Kolektif and Sinergi at least once. Data analysis in this study uses Importance Performance Analysis (IPA) and Potential Gain In Customer Value (PGCV) with a sample size of 300 respondents.

Based on the research results, the results of Importance Performance Analysis (IPA) in each quadrant affects customer satisfaction and there are 3 attributes in quadrant I. The results of the Potential Gain In Customer Value (PGCV) priority order of improvements obtained from the IPA and PGCV results are tangible variables (4), empathy (19), and responsiveness (9). Recommendations are obtained from the calculation of priority on PGCV Recommendations for improvements that need to be done, namely, checking all the facilities provided, training to improve service ability of employees, and having the courage to interact with consumers by offering existing menu.

Keywords: Coffee Shop, Coworking Space, IPA, PGCV, Service Quality

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM