



**“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai**

**Kopi *Feel Good’s* Semanan (Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel***

***Good’s* Periode Agustus-Oktober 2020)”**

**SKRIPSI**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi

**Disusun Oleh:**

**ALODIA IVANA**

**44215010091**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Alodia Ivana  
44215010091

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi *Feel Good's* Semanan (Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good's* Periode Agustus-Oktober 2020)”

Bibliografi : 5 Bab 140 halaman + 25 lampiran + 40 buku + 5 jurnal

### ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern, bukan hanya gaya hidup masyarakat yang berubah, pertumbuhan kedai kopi pun semakin pesat. Kopi bukan lagi hanya menjadi penghilang kantuk, namun sudah menjadi suatu kebutuhan. Kedai kopi *Feel Good's* yang berlokasi di Semanan Jakarta Barat pun turut mengambil andil dalam memperkenalkan kopi kepada masyarakat dengan konsep yang menarik bagi pelanggannya. Banyaknya varian kopi dengan makanan pendamping yang disajikan membuat pelanggan semakin nyaman dalam menikmati kopi. Untuk dapat bersaing di bisnis kopi yang semakin ketat ini, kedai kopi ini berinovasi dengan memberikan penawaran-penawaran seputar produk yang menarik, pelayanan berkualitas, serta fasilitas yang menunjang kenyamanan pelanggan diantaranya *Wifi*, *Live Music*, dan tempat *dine-in* yang nyaman.

Hal tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi *Feel Good's* Semanan.

Penelitian ini menggunakan Teori Interpersonal, Teori *Coordinated Management of Meaning*, dan Teori *S-O-R*. Metode dari penelitian ini adalah survey, yang dihimpun melalui penyebaran *kuesioner* yang mana menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan (*Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*), Kepuasan Pelanggan.



Mercu Buana University  
Faculty Of Communication  
Field of Public Relations Studies  
Alodia Ivana  
44215010091

"The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at the *Feel Good's* Coffee Shop Semanan (Survey on Feel Good Coffee Shop Customers for the August-October 2020 Period)"

Bibliography: 5 Chapters 140 pages + 25 appendix + 40 books + 5 journals

### ABSTRACT

Along with the development of increasingly modern times, not only people's lifestyle changes, the growth of coffee shops is also increasing rapidly. Coffee is no longer just relieving sleepiness, but has become a necessity. Feel Good's coffee shop, which is located in Semanan, West Jakarta, also took part in introducing coffee to the public with a concept that is attractive to its customers. The many variants of coffee with side dishes that are served make customers more comfortable enjoying coffee. To be able to compete in this increasingly tight coffee business, this coffee shop innovates by providing offers around attractive products, quality services, and facilities that support customer convenience including Wifi, Live Music, and a comfortable dine-in place.

This attracted the attention of researchers to determine the extent of the influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Feel Good's Semanan Coffee Shop.

This study uses Interpersonal Theory, Coordinated Management of Meaning Theory, and S-O-R Theory. The method of this research is a survey, which is compiled through distributing questionnaires which use a quantitative approach.

The result of this research is that service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence has a significant effect on customer satisfaction..

**Keywords:** Service Quality (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles), Customer Satisfaction.

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alodia Ivana  
NIM : 44215010091  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi *Feel Good’s* Semanan (Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good’s* Periode Agustus-Oktober 2020)” adalah murni dari hasil karya sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan ataupun tidak. Kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 17 Februari 2021

Yang Bertanda Tangan,



(Alodia Ivana)

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**



(Dr. Suraya. M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati. M.Si)

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi *Feel Good's* Semanan**  
(Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good's* Periode Agustus-Oktober 2020).

Nama : Alodia Ivana

NIM : 44215010091

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Februari 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
*Suraya*

(Dr. Suraya. M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI *FEEL GOOD'S* SEMANAN**  
(Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good's* Periode Agustus-Oktober 2020).

Nama : **Alodia Ivana**

NIM : **44215010091**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Public Relations**

Jakarta, 13 Maret 2021

**Ketua Sidang,**

Dr. Elly Yuliawati, M.Si



(.....)

**Penguji Ahli,**

Dr. Abdul Rahman HI, MM, M.Si



(.....)

**Pembimbing,**

Dr. Suraya, M.Si



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI *FEEL GOOD'S* SEMANAN**  
(Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good's* Periode Agustus-Oktober 2020).

Nama : **Alodia Ivana**

NIM : **44215010091**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Public Relations**

Jakarta, 24 Maret 2021

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing** **Ketua Bidang Studi Public Relations**



(Dr. Suraya, M.Si)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji dan syukur atas segala nikmat, rahmat serta karunia Allah SWT dengan keridhoan-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kedai Kopi *Feel Good’s* Semanan (Survey Pada Pelanggan Kedai Kopi *Feel Good’s* Periode Agustus-Oktober 2020).”**

Proposal skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 (S.Ikom) dari Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa proposal tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu diharapkan bagi penulis yang akan datang untuk mengembangkan lagi skripsi ini.

Proses penyelesaian proposal tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, saran serta masukan dari berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu, baik bantuan moril ataupun material. Peneliti ingin memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa hormat yang sebesar-besarnya khususnya kepada :

1. Dr. Suraya. M.Si selaku pembimbing peneliti terima kasih atas segala bimbingan, nasihat dan waktu yang di luangkan untuk memberikan peneliti arahan dalam mengerjakan proposal skripsi ini.



2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Abdul Rahman HI, MM, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Sumberdaya & Keuangan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A dan Bapak Enjang Pera Irawan, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
7. Bapak/Ibu Dosen beserta Staff Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana, peneliti ucapkan terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan di Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Doly Herman dan Ibu Mustika yang sangat saya cintai. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, dan kesabaran yang tidak pernah putus kalian berikan.
9. Untuk Okky Aditya Pratama, terima kasih selalu ada untuk memberikan dukungan, selalu mengingatkan dan menemani peneliti mengerjakan proposal skripsi ini.

10. Untuk kerabat dan sahabat: Alfu Rizkia Putri, Rieka Maulida, Niken PR, Zakiatul Jannah, teman-teman PR UMB angkatan 2015, dan teman-teman yang tidak sempat peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungan, waktu, ilmu, hiburan, dan terima kasih selalu mengingatkan peneliti untuk segera menyelesaikan proposal skripsi ini.

Atas segala bantuan dan dukungan kepada peneliti, sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.



Jakarta, 04 Januari 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Alodia Ivana

## DAFTAR ISI

**COVER**

**ABSTRAK**

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**KATA PENGANTAR** .....i

**DAFTAR ISI**.....iv

**DAFTAR TABEL**.....viii

**DAFTAR GAMBAR**.....x

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah .....14

1.3 Tujuan Penelitian .....15

1.4 Manfaat Penelitian .....15

1.4.1 Manfaat Akademis .....15

1.4.2 Manfaat Praktis .....15

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu.....16

2.2 Kerangka Pemikiran.....24

2.3 Pengertian Komunikasi.....26

2.3.1 Tujuan Komunikasi .....27

2.3.2 Fungsi Komunikasi .....28

2.3.3 Komunikasi Interpersonal.....29

2.3.3.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal.....30

2.3.4 Teori Coordinate Management Meaning.....31

2.3.5 Teori S-O-R.....33

2.4 Public Relations.....	35
2.4.1 Fungsi Public Relations .....	37
2.4.2 Bentuk Kegiatan Public Relations.....	38
2.5 Pengertian Customer Relations.....	42
2.5.1 Tujuan Customer Relations .....	44
2.6 Pengertian Pelayanan.....	47
2.6.1 Kualitas Pelayanan .....	49
2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan. ....	50
2.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	51
2.6.4 Pelayanan Prima ( <i>Service Excellent</i> ) .....	53
2.7 Pengertian Pelanggan.....	54
2.7.1 Jenis-jenis Pelanggan .....	56
2.7.2 Kepuasan Pelanggan .....	59
2.7.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	61
2.7.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	62
2.8 Hipotesis Penelitian.....	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian.....	64
3.2 Pendekatan Penelitian.....	64
3.3 Metode Penelitian.....	65
3.4 Populasi dan Sampel.....	66
3.4.1 Populasi .....	66
3.4.2 Sampel .....	67
3.5 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	68
3.5.1 Definisi Konsep .....	68
3.5.2 Operasional Konsep .....	70
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	74

3.6.1 Data Primer .....	74
3.6.2 Data Sekunder .....	75
3.7 Uji Validitas & Uji Reliabilitas.....	76
3.7.1 Uji Validitas .....	76
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	80
3.8 Teknik Analisis Data.....	82
3.8.1 Analisis Kuantitatif.....	85
3.8.1.1 Regresi Linear Berganda.....	86
3.9 Uji Hipotesis.....	87
3.9.1 Uji Serentak (Uji F).....	87
3.9.2 Uji Parsial (Uji T).....	88
3.9.3 Variabel Dominan (Uji Beta).....	90
3.9.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	92
4.1.1 Sejarah Kedai Kopi <i>Feel Good's</i> .....	92
4.1.2 Visi dan Misi Kedai Kopi <i>Feel Good's</i> .....	95
4.1.3 Struktur Organisasi Kedai Kopi <i>Feel Good's</i> .....	96
4.2 Hasil Penelitian.....	97
4.2.1 Karakteristik Responden.....	97
4.2.2 Analisis Kuesioner.....	103
4.2.2.1 Kualitas Pelayanan (Variabel X).....	103
4.2.2.2 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	114
4.3 Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	122
4.4 Analisis Regresi Berganda.....	124
4.4.1 Uji Serentak (Uji F).....	127
4.4.2 Uji Parsial (Uji T).....	129

4.4.3 Variabel Dominan (Uji Beta).....	131
4.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	132
4.5 Pembahasan.....	134
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	140
5.2 Saran.....	141
5.2.1 Saran Akademis.....	141
5.2.2 Saran Praktis.....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>169</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Dengan Kedai Kopi Lain .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep .....	71
Tabel 3.2 Tingkat Koefisiensi Korelasi .....	77
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	78
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	79
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas.....	81
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrument .....	81
Tabel 3.7 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden .....	84
Tabel 4.1 Sudah Berapa Kali Datang .....	97
Tabel 4.2 Sudah Berapa Lama Jadi Pelanggan .....	98
Tabel 4.3 Tahu Kedai Kopi Ini Darimana .....	99
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden .....	100
Tabel 4.5 Usia Responden .....	101
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden .....	102
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.1 .....	103
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.2 .....	104
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.3 .....	105
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.4.....	105
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.5 .....	106
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.6 .....	107
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.7.....	108
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.8 .....	109
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.9 .....	110
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.10.....	111

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.11.....	112
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.12 .....	112
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.13 .....	113
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.14 .....	114
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.15 .....	115
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.16 .....	116
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.17 .....	117
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.18 .....	118
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.19 .....	119
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.20 .....	120
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.21 .....	120
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Pada Kuesioner No.22 .....	121
Tabel 4.29 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	123
Tabel 4.30 Analisis Regresi Linier Berganda.....	124
Tabel 4.31 Uji F ANOVA.....	128
Tabel 4.32 Uji T Coefficient .....	129
Tabel 4.33 Uji Beta.....	132
Tabel 4.34 Model Summary.....	133



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 2.2 Model Teori S-O-R .....	34
Gambar 4.1 Logo Kedai Kopi <i>Feel Good's</i> .....	94
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> Akun Instagram <i>@feelgoods19</i> .....	95
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kedai Kopi <i>Feel Good's</i> .....	96

