



**AGROPROSS**  
National Conference  
Proceedings of Agriculture

**Prosiding**

**Seminar dan Bimbingan Teknis Pertanian Politeknik Negeri Jember 2024**

*Peningkatan Ketahanan Pangan Melalui Adaptasi Perubahan Iklim*

*Untuk Pertanian Berkelanjutan*

13 – 14 Juni 2024

**Publisher:**

**Agropross, National Conference Proceedings of Agriculture**

E-ISSN: 2964-0172

---

## **Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) Terhadap Produk Minuman Kopi di Kafe Harsa Tea**

*Analysis Customer Satisfaction Index (CSI) of Coffee Drink Products at Harsa Tea Cafe*

*Author(s):* Dian Galuh Pratita<sup>(1)\*</sup>; Meita Ergy Sisilli<sup>(1)</sup>; Ujang Setyoko<sup>(1)</sup>; Annisa Lutfi Alwi<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Jurusan Produksi Pertanian, Politeknik Negeri Jember

\*Corresponding author: [dian.gp@polije.ac.id](mailto:dian.gp@polije.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

Mengingat meningkatnya persaingan bisnis yang meningkat mengakibatkan para pebisnis harus memikirkan kualitas dari bisnisnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam sebuah bisnis menjadi sebuah prioritas penting, karena hal itu adalah indikator dari sebuah keberhasilan sebuah bisnis. Penelitian ini dilakukan karena penulis ingin mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen dalam mengonsumsi produk minuman kopi satu-satunya di kedai teh bernama kafe harsa tea. Metode dalam penelitian ini menggunakan *customer satisfaction index* (CSI) sebagai alat ukur mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap minuman kopi tersebut. Hasil dari olahan data '*customer satisfaction index* (CSI) adalah 82,27%, angka ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk minuman kopi di kafe harsa tea berada pada level "sangat puas".

---

### **Kata Kunci:**

Bauran  
Pemasaran 4P;

*Customer  
Satisfaction  
Index (CSI);*

kepuasan  
pelanggan;

---

### **Keywords:**

Customer  
satisfaction;

Customer  
Satisfaction  
Index (CSI);

4P Marketing  
mix;

### **ABSTRACT**

*Considering the increasing business competition, business people have to think about the quality of their business to increase customer satisfaction. Customer satisfaction in a business is an important priority, because it is an indicator of the success of a business. This research was conducted because the author wanted to know the level of satisfaction of consumers in consuming the only coffee drink product at a tea shop called Harsa Tea Cafe. The method in this research uses the customer satisfaction index (CSI) as a measuring tool to determine how satisfied customers are with the coffee drink product. The results of the processed customer satisfaction index (CSI) data were 82,27%, this figure shows that the level of customer satisfaction with coffee drink products at the Harsa Tea Cafe is at the "very satisfied" level.*

---

## PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Kabupaten Jember meningkat selama tiga tahun terakhir dengan luas wilayah Kabupaten Jember sekitar 3.306,689 km<sup>2</sup>, pada tahun 2020 jumlah penduduk sebanyak 2.536.729 jiwa mengalami peningkatan penduduk pada tahun 2021 sebanyak 2.550.360 jiwa. Kemudian pada tahun 2022 jumlah penduduk di Kabupaten Jember mencapai 2.584.233 jiwa. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Kabupaten Jember ini sehingga membuat kebutuhan makanan dan minuman juga semakin meningkat. . Semakin meningkatnya kebutuhan makanan dan minuman ini membuat para pebisnis di bidang makanan dan minuman berlomba-lomba untuk membuat bisnisnya dipercaya oleh konsumennya. Tempat menjual kopi, teh dan makanan lainnya disebut dengan kafe dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Di Kabupaten Jember khususnya sudah banyak sekali kafe-kafe yang menyuguhkan berbagai makanan dan minuman kekinian yang dapat menarik minat konsumen. Para pebisnis harus mampu membuat para konsumennya merasa puas telah melakukan transaksi di kafanya, baik merasa puas pada makanan dan minumannya atau dengan beberapa faktor yang ada dikafe tersebut.

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam keberlangsungan sebuah kafe dengan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Ada beberapa metode yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu bisnis, contohnya ialah dengan metode *Customer Satisfaction Index*. Metode *Customer Satisfaction Index* atau biasa disingkat dengan CSI merupakan metode yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur.

Penggunaan metode CSI untuk

melihat tingkat kepuasan konsumen dapat digunakan pada suatu kafe. Sebuah kafe harus menyesuaikan dengan kebutuhan lingkungan sekitar agar masyarakat di lingkungan dapat tertarik pada kafe tersebut. Salah satu kebutuhan masyarakat yang sering dicari oleh banyak konsumen ialah minuman yang berbahan dasarnya dari kopi. Dilihat dari banyaknya konsumen kopi di Indonesia yang semakin naik 5 tahun terakhir menurut Internasional Organization Coffee (ICO). Tingginya minat konsumen akan olahan minuman berbahan dasar kopi tentu menarik minat para pebisnis untuk ikut andil di dalamnya, Salah satunya kafe Harsa Tea. Kafe Harsa Tea yang berada pada Jalan Perum Tidar No. 12, Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Pemilik Harsa Tea membuat inovasi minuman kopi yang berbahan dasarnya kopi, teh dan coklat yang diberi nama choconarbonate.

Kafe Harsa Tea dikenal dengan semua menu minumannya berasal dari berbagai macam olahan teh. Pemberian nama tempat kafanya saja sudah identik dengan kata teh. Namun, tidak jarang dari konsumen penggemar kopi masih menanyakan menu minuman yang berbahan dasarnya dari kopi. Sehingga dengan tingginya minat konsumen terhadap minuman berbahan dasarnya kopi ini membuat penulis ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk minuman olahan kopi ini dengan menggunakan metode *Customer satisfaction index (CSI)*. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian “Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* Terhadap minuman kopi Di Kafe Harsa Tea”.

## BAHAN DAN METODE

### Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penggunaan metode yang relevan sangat mendukung suatu objektifitas suatu hasil penelitian, karena itu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

metode deskriptif. Penelitian ini difokuskan kepada Analisis tingkat kepuasan pembelian produk Minuman Kopi pada kafe Harsa Tea di kabupaten Jember. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer. Data primer diperoleh dari observasi langsung dan pengisian kuisisioner oleh konsumen Kafe Harsa Tea.

### Metode Pengumpulan Sampel

Dalam penentuan daerah penelitian ditentukan secara sengaja Puspositive Method, yaitu daerah Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Lokasi penelitian dilakukan pada salah satu kedai teh yang berada di Kecamatan Summersari. Pengambilan sampel yang digunakan ialah dengan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan memilih anggota sampel dari populasi yang ditentukan oleh peneliti. Penentuan jumlah sampel yang akan dilakukan menggunakan rumus slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$N = \left[ \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \right] = \left[ \frac{290}{1 + (290) \cdot 0,1^2} \right] = \frac{290}{3,9} = 74$$

N : Ukuran polpularitas

e : Persen kelonggaran tidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditoleren

Sehingga pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil yaitu 74 responden yang telah membeli produk minuman kopi di Kafe Harsa Tea sesuai dengan kriteria responden yang sudah ditetapkan pada penelitian ini.

### Metode Analisis Data

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam menganalisis, diantaranya menggunakan kuisisioner. Peneliti turun langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data terkait yang dibutuhkan oleh peneliti. Kuisisioner dibagikan kepada pelanggan Harsa Tea yang membeli produk Minuman Kopi. Dalam melakukan penelitian ini, kuisisioner terstruktur sepenuhnya digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan informasi dari responden yang berupa pertanyaan skala likert yang memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka dan memilih jawaban terbaik yang paling cocok untuk mereka, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pengukuran skala interval kepuasan

Skala Pengukuran Kinerja	Skor	Skala Pengukuran Harapan	Skor
Sangat Puas (SP)	5	Sangat Setuju (SS)	5
Puas (P)	4	Setuju (S)	4
Cukup Puas (CP)	3	Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Puas (TP)	2	Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kafe Harsa tea ini merupakan usaha bisnis di bidang Food and Beverage yang berfokus sebagai kedai teh, yang dimana semua menu yang disajikan berbahan dari teh. Namun, Dilihat dari banyaknya konsumen kopi di indonesia yang semakin menaik 5 tahun terakhir

menurut Internasional Organization Coffee (ICO). Membuat pemilik Harsa tea memiliki inovasi baru minuman yang berbahan dasarnya dari teh, coklat dan kopi yang diberi nama choconarbone. Choconarbone memiliki komposisi 25 gram teh : 25 gram kopi : 50 gram coklat. Teh yang digunakan ialah teh hitam, kopi

yang digunakan ialah roast bean kopi yang berjenis robusta. Sedangkan coklat yang digunakan ialah choconibs yang telah ditumbuk kasar. Dalam menyeduhnya choconarbone yang digunakan sebanyak 2 gram dengan air panas sebanyak 150 ml. Kemudian, tunggu choconarbone selama 8 menit untuk melakukan ekstraksi untuk selanjutnya diangkat dan dipisahkan dengan seduhan. Dalam menyebarkan kuisisioner kepada

pelanggan yang membeli produk choconarbone, menggunakan 5 pernyataan yang dijadikan atribut sebagai alat mengukur tingkat kepuasan konsumen. 5 pernyataan tersebut ialah; P1: produk sesuai dengan ekspektasi, P2: Citarasa produk, P3: Kepekaan rasa kopi pada produk, P4: Memiliki khasiat sesuai dengan kebutuhan konsumen, P5: Penyajian Produk

Tabel 1 Hasil sebaran kuisisioner Tingkat kinerja

Variabel	Atribut	SP		P		CP		TP		STP		SP + P	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Produk	P1	22	29.7	39	52.7	12	16.2	0	0.0	1	1.4	61	82.4
	P2	21	28.4	37	50.0	15	20.3	1	1.4	0	0	58	78.4
	P3	20	27.0	41	55.4	10	13.5	2	2.7	1	1.4	61	82.4
	P4	25	33.8	31	41.9	17	23.0	1	1.4	0	0	56	75.7
	P5	38	51.4	22	29.7	13	17.6	0	0.0	1	1.4	60	81.1

Dalam tabel 1 yaitu tabel data hasil kuisisioner tingkat kinerja. Pada variabel produk, mayoritas responden memilih sangat puas dan puas pada atribut P1 dan P3 yang masing-masing sebanyak 61 orang atau 82,4%. Dimana, P1 merupakan kategori “Produk sesuai dengan ekspektasi”. Hal pertama yang diperhatikan konsumen terhadap produk ialah dari tampilan dan penyajiannya. Dalam penyajian produk choconarbone memiliki beberapa komponen yang disajikan, yaitu produk minuman tersendiri yang berada pada gelas, timer untuk menghitung lamanya produk terekstraksi, gula batu yang disajikan terpisah serta que card yang berisikan informasi terkait produk yang dipesan.

Dari beberapa komponen tersebut memiliki fungsinya masing-masing, yang dari beberapa komponen tersebut dapat menarik kepuasan konsumen yang penyajian produk terlihat berbeda dan unik. Sehingga, mayoritas konsumen merasa sangat puas dan puas pada produk tersebut sesuai dengan ekspektasi atau

bahkan lebih dari ekspektasi konsumen. Dari atribut tersebut, sejalan dengan penelitian Pranata (2019) pada kategori “penyajian yang menarik” yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana, nilai MSS (nilai rata-rata kinerja) lebih tinggi yaitu 4,96 daripada nilai MIS (nilai rata-rata harapan) yaitu 4,11. Sehingga konsumen merasa puas terhadap kinerja atribut tersebut karena sudah melebihi dari harapan konsumen.

Pada Pada variabel produk pada tabel 2 yaitu data hasil kuisisioner harapan didapati gabungan jumlah konsumen memilih kategori sangat puas dan puas paling besar yaitu pada atribut P3. Dimana, P3 merupakan “kepekaan rasa kopi pada produk”. Pada atribut P3 dalam tabel hasil kuisisioner kinerja menunjukkan angka yang sama pada atribut P3. Sehingga, atribut P3 pada hasil kinerja dan hasil harapan sudah sejalan, karena dapat dilihat angka pada masing-masing P3 sama yaitu 61 orang atau 82,4%. Begitu pula pada penelitian Pranata (2019) dimana pada atribut “cita

rasa kopi” mayoritas konsumen merasa sangat puas dan puas pada nilai kinerja dari pada nilai harapan pada atribut tersebut.

Tabel 2. Hasil sebaran kuisioner tingkat harapan

Variabel	Atribut	SP		P		CP		TP		STP		SP + P	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Produk	P1	27	36.5	29	39.2	17	23.0	1	1.4	0	0	56	75.7
	P2	29	39,19	27	36,49	18	24.3	0	0.0	0	0	56	75.7
	P3	28	37.8	33	44.6	12	16.2	1	1.4	0	0	61	82.4
	P4	27	36.5	32	43.2	15	20.3	0	0.0	0	0	59	79.7
	P5	33	44.6	21	28.4	19	25.7	1	1.4	0	0	54	73.0

Tabel 3 Perhitungan CSI

Variabel	ATribut	MIS	MSS	WF	WS
Produk	P1	4,12	4,09	19,84	81,25
	P2	4,14	4,05	19,91	80,71
	P3	4,19	4,04	20,17	81,49
	P4	4,16	4,08	20,04	81,78
	P5	4,16	4,30	20,04	86,11
Total					411,35

Dalam menentukan CSI ialah dengan menggunakan rumus :

$$CSI = \frac{\sum ws}{5} \times 100\% = \frac{411,35}{5} \times 100\% = 82,27\%$$

Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai CSI 82,27% berada pada rentang nilai 81%-100%, hal ini menunjukkan bahwa nilai kepuasan konsumen terhadap produk minuman kopi pada kafe harsa tea secara keseluruhan tergolong “sangat puas”.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Seluruh atribut pada variabel produk dianggap penting dalam kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan CSI didapati nilai sebanyak 82,27% yang berada pada rentang 81%-100%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen

terhadap produk minuman kopi tergolong pada kategori “Sangat Puas”.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan adanya hasil penelitian di atas semoga bisa memberikan informasi khususnya bagi produsen agar mebjaga serta meningkatkan kualitas produk, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang sesuai.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika (BPS). (2022). Statistik Daerah Kabupaten Jember. Kabupaten Jember.
- Pranata, dkk. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode

Customer Satisfaction Index (CSI).  
Bandung. *Jurnal Rekayasa dan  
Manajemen Agroindustri* ISSN :  
2503-488X Vol. 7, No. 4, 594-603.  
Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif, R&D.*  
Bandung: Alfabeta.