


PENGARUH CITA RASA DAN LAYOUT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LETTER COFFEE

Taufik Amin¹, Ari Arisman², Suci Putri Lestari³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: opikamin23@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received Sept 10, 2022 Revised Sept 21, 2022 Accepted Sept 28, 2022	<p><i>This study aims to determine the influence of taste and layout on consumer satisfaction at Letter Coffee Singaparna Tasikmalaya Regency both partially and simultaneously. The method used in this study is a survey method with a quantitative approach. Data collection techniques using questionnaires. The population in this study was letter coffee visitors, with a sample of 96 people obtained through probability sampling techniques with a simple random sampling approach. Based on the results of the analysis on the hypothesis test using SPSS 25, the results of the F test showed that taste and layout simultaneously had a significant effect on consumer satisfaction. Based on the results of the T test, taste and layout partially affect consumer satisfaction.</i></p>
Keywords: Taste, Layout, and Customer Satisfaction	<p style="text-align: right;"><i>This is an open access article under the CC BY-SA license.</i></p> 

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan era globalisasi membuat persaingan dunia bisnis menjadi lebih tajam, hal ini menyebabkan munculnya berbagai jenis usaha dalam bidang pangan seperti restoran, kafe, kedai kopi dan lain sebagainya. Perkembangan zaman yang semakin modern ini juga mengakibatkan perubahan perilaku konsumen berubah baik dalam segi pemenuhan kebutuhan ataupun dari keinginan diri konsumen, kebiasaan yang berubah ini seperti pergi ke kafe, hal ini menjadi salah satu fenomena yang sedang terjadi di tengah masyarakat, baik kalangan remaja maupun orang dewasa.

Konsep Kafe yang unik dan kreatif akan menjadikan konsumen dalam memutuskan untuk mengunjungi atau sekedar sebagai tempat bersantai mereka setelah melakukan perjalanan yang jauh dengan kendaraan. Upaya yang dilakukan para pelaku bisnis kafe untuk menarik minat konsumen berkunjung ialah dengan memiliki keunggulan yang disajikan kepada pelanggan supaya konsumen dapat membedakan antara produk yang satu dengan lainnya agar pelanggan memperoleh kepuasan. Cita rasa merupakan salah satu keunggulan yang paling banyak diharapkan oleh konsumen. Sehingga pengusaha berusaha untuk menemukan resep bagaimana produk yang diujakan memiliki cita rasa sesuai dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Meskipun produknya sama, tapi rasa yang disajikan harus berbeda dari yang lain agar konsumen masih bertahan dengan produk tersebut.

Letter coffee berdiri pada tahun 2019, awal berdirinya Letter Coffee ini dilatar belakangi oleh pengalaman sang pemilik yang sering minum kopi ditengah-tengah kesibukan dan kemudian menjadi hobi, sehingga teretus untuk membuat kafe/coffee shop yang menawarkan berbagai jenis kopi yang disajikan dingin maupun panas. Kini setelah berjalan 1 tahun lebih Letter Coffee pun mulai berkembang. Pemilik Letter Coffeepun selalu terus mencoba memberikan *experience* kopi yang menyenangkan, mencoba untuk menjual kopi lokal khas tasikmalaya seperti parentas atau taraju dan beberapa jadi juga untuk *explore* kopi import seperti kopi geisha dari panama, kami selalu memberikan hal-hal baru untuk memberi informasi terhadap lingkungan sekitar untuk memahami kopi lebih luas.

Pada peninjauan awal peneliti melakukan observasi kepada pemilik Letter Coffee, berikut ini merupakan data jumlah pengunjung selama bulan Juni 2020 - Mei 2021.

Tabel 1.1
Jumlah pengunjung di Letter Coffee

Bulan	Jumlah Pengunjung	Jumlah Makanan dan Minuman yang terjual
Tahun 2020		
Juni	171	332
Juli	174	499

Agustus	181	500
September	172	419
Oktober	171	423
November	151	406
Desember	174	338
Tahun 2021		
Januari	178	499
Februari	168	456
Maret	184	533
April	180	383
Mei	196	718
Jumlah	2.100	

Sumber: data perusahaan yang diolah kembali oleh penulis 2021

Untuk lebih jelasnya, maka penulis melakukan prapenelitian kepada pengunjung Letter Coffee sebanyak 30 pengunjung, berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan pada pengunjung Letter Coffee. Dari ke-30 pengunjung yang menjadi responden ini terdiri dari 22 pengunjung Laki-laki dan 8 pengunjung Perempuan serta memiliki rentang umur mulai dari 17 – 27 tahun.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Adapun pengertian metode kuantitatif menurut Sugiyono (2016:14) menyatakan bahwa:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Metode penelitian perlu dilakukan karena akan memberikan urutan dan menentukan alat serta prosedur yang akan digunakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dimulai dengan berpikir deduktif untuk menurunkan hipotesis, kemudian melakukan pengujian di lapangan dengan metode survei. Metode survei ialah metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan dalam pengamatan langsung terhadap suatu gejala untuk memperoleh informasi dalam bentuk opini atau pendapat dari orang-orang yang berhubungan langsung dengan apa yang diamati. Tujuan umum dari penelitian jenis ini adalah untuk mengetahui gambaran umum dari populasi melalui sampel yang telah ditentukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh cita rasa dan layout secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sig sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa nilai sig < 0,05 artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya bahwa cita rasa dan *layout* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa cita rasa dan *layout* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya.

Cita Rasa merupakan salah satu faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya pada kepuasan konsumen, hal ini karena baik dan buruknya cita rasa yang disajikan akan berdampak pada kepuasan konsumen, jika cita rasa yang disajikan memiliki cita rasa yang enak maka akan membuat kepuasan konsumen meningkat, begitupula sebaliknya jika cita rasa yang disajikan tidak memiliki cita rasa yang enak maka kepuasan konsumen akan menurun sehingga konsumen akan beralih. Begitupula dengan tata letak, semakin baik tata letak yang diberikan maka konsumen akan merasa puas sehingga akan menimbulkan persepsi yang baik pada konsumen, semakin baik persepsi konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat, begitu sebaliknya, jika persepsi konsumen terhadap tata letak jelek, maka akan menurunkan kepuasan konsumen itu sendiri.

Pengaruh Cita Rasa Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya

Nilai sig dari variabel cita rasa sebesar 0,009. berdasarkan kriteria pengujian apabila nilai sig < 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya, sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin enak cita rasa yang dihasilkan, maka kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya juga akan semakin tinggi, tinggi rendahnya kepuasan

konsumen ditentukan pada baik dan buruknya dari cita rasa yang dihasilkan, semakin baik cita rasa yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat ketertarikan dan kepuasan pada konsumen. Sebaliknya, jika cita rasa yang dihasilkan buruk maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan dan konsumen akan beralih.

Cita rasa dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, dengan adanya cita rasa yang nikmat akan membuat konsumen merasa tertarik dan puas dalam menikmati produk yang ditawarkan sehingga akan timbul kepuasan pada diri konsumen. Cita rasa yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen akan menciptakan rasa puas pada diri konsumen dan dapat melekat dihati konsumen sehingga memungkinkan konsumen tersebut untuk datang kembali, selain itu juga cita rasa menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen percaya dan dengan senang hati berkunjung kembali, dengan mempertahankan cita rasa yang dihasilkan maka akan membuat kepercayaan dan menarik perhatian dimata konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh *Layout* Secara Parsial kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya

Nilai sig dari variabel *layout* sebesar 0,000. berdasarkan kriteria pengujian apabila nilai sig < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya bahwa *layout* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya, sehingga disimpulkan bahwa *layout* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penempatan *layout* yang baik pada suatu tempat, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang dihasilkan akan semakin tinggi, begitupun sebaliknya. Tata letak harus ditata seacara efektif supaya mempermudah konsumen ketika akan berkunjung, tata letak yang efektif dapat membuat suatu tempat menjadi lebih luas atas ruangan tersebut, serta peralatan pada ruangan tersebut dapat dimaksimalkan, selain itu informasi, bahan baku akan menjadi lebih baik serta konsumen akan merasa lebih nyaman. tata letak harus dikembangkan dalam struktur yang ada yang mana luas lantai, dimensi bangunan, lokasi pintu masuk serta faktor-faktor serupa lainnya harus dipertimbangkan secara saksama dalam mendesain tata letak.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dapat di simpulkan bahwa:

- 1) Cita Rasa termasuk dalam kategori baik, karena cita rasa memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Letter Coffee Singaparna Kabupaten Tasikmalaya, semakin baik cita rasa yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang didapat, hal ini dapat menarik konsumen untuk ingin kembali lagi untuk berkunjung, apabila cita rasa yang diberikan baik maka konsumen akan merasa ingin kembali lagi untuk berkunjung. *Layout* termasuk dalam kategori baik, karena *layout* yang baik akan memberikan kesan yang nyaman dan terasa menarik, selain itu juga *Layout* menjadi aset yang sangat penting bagi sebuah coffee shop untuk mempengaruhi kesan konsumen terhadap suatu tempat yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Cita rasa dan *layout* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Cita rasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 4) *Layout* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] **Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri.** 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:RajaGrafindo Persada.
- [2] **Anggraini, Nazihah Ayu.** 2020. *Pengaruh Kecepatan Layanan dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan pada Café Intermezzo Medan*. Skripsi. Universitas Medan Area: Medan. (Tidak dipublikasikan).
- [3] **Arbiantoro, Tri, Ayun Maduwinarti, dan Agung Pujianto.** 2018. *Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelangga (Studi Kasus Bakso Gibrass Jl. Kutisari Selatan No. 45 Surabaya)*. Thesis. Universitas 17 Agustus 1945: Surabaya. (Tidak dipublikasikan).
- [4] **Arikunto, Suharsimi** (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [5] **Astana, I Gusti Made Oka dan Ni Putu Wendy Katrina.** 2021. *Pengaruh Kelengkapan Produk, Lokasi Pelayanan Dan Tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jaya Raya Cabang Pemaron Singaraja*. Jurnal Artha Satya Dharma, 14(1), 89-95.
- [6] **Astuti, Felinda Frika, Henny welsa, dan Ign Soni Kurniawan.** 2019. *Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*. Manajemen Dewantara, 3(1), 151-160.
- [7] **Brian, Regan.** 2015. *Kajian Literatur Pengaruh Kualitas Makanan Suasana dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pada Restoran All You can Eat*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, 1(2), 1-15.
- [8] **Daga, Rosnaini.** 2017. *Citra, Kualitas Prroduk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- [9] **Dharmayanti, Albertus Cristiandan Diah.** 2013. *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty the Light Cup Di Surabaya Town Square*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1(2), 1-13.

- [10] **Fahlefi, Diva Riza.** 2021. *Pengaruh Tata Letak, Kualitas, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Orientasi Pasar*. Jurnal Keuangan dan Bisnis, 19(1), 85-93.