

ABSTRAK

Kopi Toko Djawa merupakan salah satu *brand coffe shop* dengan bangunan bersejarah yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*) berdiri tahun 2017, menjual berbagai menu mulai dari produk kopi, non kopi dan makanan ringan seperti kue-kue *pastry*. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan di Kopi Toko Djawa Jalan Braga peneliti menemukan masalah yaitu masih adanya ketidakpuasan konsumen karena *self service technology* dan adanya ketidaksesuaian dalam waktu proses pembuatan pesanan konsumen yang telah dijanjikan sehingga perlu ditingkatkan lagi pelayanannya. Permasalahan tersebut diduga karena Kopi Toko Djawa kurang mampu memenuhi apa yang konsumen inginkan dan harapkan. Kopi Toko Djawa memberikan layanan mandiri kepada konsumen, tetapi dalam proses pengambilannya saja dan jika perangkat tersebut berbunyi tanda pesanan sudah dapat diambil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *self service technology* terhadap kepuasan konsumen Kopi Toko Djawa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner kepada 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji korelasi dan uji hipotesis.

Data yang diperoleh dari penelitian, bahwa terdapat pengaruh dan hubungan mengenai *self service technology* terhadap kepuasan konsumen Kopi Toko Djawa sebesar 34,6% sedangkan sisanya sebesar 65,4% ditentukan oleh faktor-faktor lain seperti *brand*, harga dan lokasi usaha di luar penelitian. Hambatan dan upaya terkait *self service technology* yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penyampaian informasi dari sistem yang digunakan dan proses pembuatan pelayanan *online offline* yang bisa dipisahkan, maka Kopi Toko Djawa harus mengupayakan penyampaian informasi tertulis di toko agar dipahami konsumen tanpa di jelaskan karyawan dan mempersingkat waktu dalam proses pembuatan pesanan.

Saran yang dapat peneliti sampaikan kepada Kopi Toko Djawa lebih mengoptimalkan lagi dan *research* kembali *self service technology* agar efektif dan efisien pelayanannya, serta memaksimalkan interaksi dalam penyampaian informasi kepada konsumen agar semakin baik dan tercapainya kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Self Service Technology*, Kepuasan Konsumen, Kopi Toko Djawa

ABSTRACT

Kopi Toko Djawa is a coffee shop brand with a historic building engaged in the F&B (Food and Beverage) sector, established in 2017, selling a variety of menus ranging from coffee, non-coffee products and snacks such as pastries. Based on the results of preliminary research conducted at Kopi Toko Djawa Jalan Braga, researchers found a problem, namely that there was still consumer dissatisfaction due to self-service technology and there was a discrepancy in the processing time for making consumer orders that had been promised so that the service needed to be improved. This problem is suspected because Kopi Toko Djawa is less able to fulfill what consumers want and expect. Kopi Toko Djawa provides self-service to consumers, but only in the process of picking it up and if the device beeps an order can be picked up.

This study aims to determine how much influence self-service technology has on customer satisfaction in Kopi Toko Djawa. The research method used in this research is descriptive method. Data collection techniques through observation, interviews and distributing questionnaires to 60 respondents. Data analysis techniques used through validity test, reliability test, simple linear regression, correlation test and hypothesis testing.

The data obtained from the research shows that there is an influence and relationship regarding self-service technology on consumer satisfaction of Kopi Toko Djawa by 34.6% while the remaining 65.4% is determined by other factors such as brand, price and business location outside of the research. Obstacles and efforts related to self-service technology that affect consumer satisfaction in delivering information from the system used and the process of making offline online services that can be separated, Kopi Toko Djawa must strive to convey written information in stores so that consumers understand it without being explained by employees and shorten the time in the process of making orders.

Suggestions that researchers can convey to Kopi Toko Djawa further optimize and re-research self-service technology so that its services are effective and efficient, and maximize interaction in conveying information to consumers so that it gets better and achieves customer satisfaction.

Keywords: *Self Service Technology, Customer Satisfsaction, Kopi Toko Djawa*

ABSTRAK

Kopi Toko Djawa nyaéta merek warung kopi anu gedong bersejarah anu aya dina séktor F&B (Food and Beverage), ngadeg taun 2017, ngajual rupa-rupa ménu mimitian ti kopi, produk non-kopi jeung jajanan kayaning pastries. Dumasar kana hasil panalungtikan pendahuluan anu dilaksanakeun di Kopi Toko Djawa Jalan Braga, panalungtik manggihan masalah, nya éta masih kénéh aya kateusugemaan konsumen alatan téknologi swalayan sarta aya panyimpangan dina waktu ngolah pesenan konsumen anu geus dijangjikeun sangkan palayanan perlu ditingkatkeun. Masalah ieu dicurigai ku sabab Toko Djawa Kopi kurang mampu nyumponan naon anu dipikahayang jeung diharepkeun ku konsumen. Kopi Toko Djawa nyadiakeun layanan mandiri ka konsumén, tapi ngan dina prosés nyandak hungkul lamun alat eta disada pesenan tos tiasa di candak.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh téhnologi swalayan dina kapuasan konsumen di Toko Djawa Kopi. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi, wawancara jeung ngadistribusikaeun angkét ka 60 réspodén. Téhnik analisis data digunakeun ngaliwatan uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, uji korelasi jeung uji hipotésis.

Data anu dimeunangkeun tina panalungtikan nuduhkeun aya pangaruh jeung hubungan téhnologi swalayan dina kapuasan konsumen Kopi Djawa ku 34,6% sedengkeun sésana 65,4% ditangtukeun ku faktor séjén kayaning brand, harga jeung lokasi usaha di luar panalungtikan. Halangan jeung usaha anu aya patalina jeung téhnologi swalayan anu mangaruhan kana kasugemaan konsumen dina nepikeun informasi tina sistem anu digunakeun sarta prosés nyieun layanan online offline anu bisa dipisahkeun, Kopi Toko Djawa kudu narékahan pikeun nepikeun informasi tinulis di toko-toko sangkan konsumen ngarti eta tanpa dijelaskeun ku pagawé sarta pondok waktu dina prosés nyieun pesenan.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik ka Kopi Toko Djawa satuluyna ngaoptimalkeun jeung nalungtik deui téknologi swalayan sangkan palayananana éféktif jeung éfisién, sarta ngamaksimalkeun interaksi dina nepikeun informasi ka konsumén sangkan leuwih hadé jeung ngahontal kasugemaan konsumén.

Kata Kunci: *Self Service Technology*, Kepuasan Konsumen, Kopi Toko Djawa