

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BARISTA KOPI SANA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Survei Pada Pengunjung Kopi Sana Kith & Kin Kemang Jakarta Selatan)**

DWI WULANDARI

Abstrak

Pola konsumsi kopi masyarakat Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Selama periode 2014-2019 Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan konsumsi kopi tertinggi di dunia. Generasi milenial menjadi generasi paling tinggi sebagai pengonsumsi kopi di Indonesia yang kemudian membuat semakin menjamurnya kedai kopi modern di Indonesia. Kopi SANA merupakan kedai kopi modern dengan konsep kopi sehat di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan teori *Customer Relations Management (CRM)* menurut Tunggal (2008) yang merujuk pada Kottler & Keller (2007). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh serta mengukur besaran pengaruh kualitas pelayanan barista terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan indikator keandalan, ketanggapan, jaminan, perhatian dan penampilan dengan indikator komitmen pelanggan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Survei terhadap 100 orang pelanggan Kopi SANA Kith & Kin Kemang Jakarta Selatan dengan teknik random sampling. Hasil uji korelasi menggunakan rho spearman dan memperoleh nilai sebesar 0,595 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup antara Kualitas Pelayanan Barista Kopi SANA dengan Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kopi.

***THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE IN COFFEE OF THERE
ON CUSTOMER LOYALTY***

(Survey on Visitors of Sana Kith & Kin Kemang Coffee in South Jakarta)

DWI WULANDARI

Abstract

The coffee consumption pattern of the Indonesian people has increased every year. During the 2014-2019 period Indonesia ranked second as the country with the highest coffee consumption in the world. Millennials have become the highest generation of coffee consumers in Indonesia, which has further led to the proliferation of modern coffee shops in Indonesia. SANA Coffee is a modern coffee shop with the concept of healthy coffee in South Jakarta. This study uses the theory of Customer Relations Management (CRM) according to Tunggal (2008) which refers to Kottler & Keller (2007). This study aims to determine the influence and measure of the influence of barista service quality on customer loyalty by using indicators of reliability, responsiveness, assurance, attention and appearance with indicators of customer commitment. The approach used in this study is quantitative. Survey of 100 SANA Kith & Kin Kemang coffee customers in South Jakarta using random sampling technique. The results of the correlation test using Spearman Rho and obtained a value of 0.595 which indicates that there is a sufficient relationship between the SANA Coffee Barista Service Quality and Customer Loyalty.

Keywords: *Service Quality, Customer Loyalty, Coffee.*