



## Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap 3 Brand Minuman Kekinian di Medan

Erickho Chandra <sup>1</sup>, Ester Fanny Nagatan <sup>2</sup>, Fendy Wangsa <sup>3</sup>, Leo Kendrew <sup>4</sup>, Valencia Taifanny <sup>5</sup>

STIE Eka Prasetya

Email: [erickochandra25@gmail.com](mailto:erickochandra25@gmail.com) <sup>1</sup>, [esterfany0604@gmail.com](mailto:esterfany0604@gmail.com) <sup>2</sup>, [fendywangsa@gmail.com](mailto:fendywangsa@gmail.com) <sup>3</sup>, [leolicang17@gmail.com](mailto:leolicang17@gmail.com) <sup>4</sup>, [valenciatai26@gmail.com](mailto:valenciatai26@gmail.com) <sup>5</sup>

**Abstract.** *The main objective of this study was to determine the satisfaction comparison between 3 contemporary beverage brands in Medan. This research falls into the category of quantitative research. The study population consisted of consumers of the contemporary beverage brands TOMORO, KOPI KENANGAN and STARBUCKS in Medan city, and a sample of 30 respondents was selected using the simple random sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire via google form. From the analysis, it was found that the KOPI KENANGAN beverage brand has a higher level of satisfaction compared to the TOMORO and STARBUCKS beverage brands. This is due to affordable prices, large product variations and good product quality.*

**Keywords:** *brand, contemporary, customer, satisfaction, quality*

**Abstrak.** Tujuan utama dari penelitian ini adalah unruk mengetahui perbandingan kepuasan antara 3 brand minuman kekinian di Medan. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari konsumen dari brand minuman kekininan TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS di kota Medan, dan sampel sebanyak 30 responden dipilih dengan metode simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kusioner via google form. Dari hasil analisis, diperoleh hasil bahwa brand minuman KOPI KENANGAN memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi dibandingkan dengan brand minuman TOMORO dan STARBUCKS. Hal ini disebabkan oleh harga yang terjangkau, variasi produk yang banyak dan kualitas produk yang baik.

**Kata kunci:** *brand, kekinian, kepuasan, kualitas, pelanggan*

### LATAR BELAKANG

Kepuasan pelanggan adalah tujuan dari setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kesuksesan dan kelangsungan perusahaan, kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan biasanya akan melakukan pembelian berulang produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari atau melakukan rekomendasi kepada sanak saudara maupun teman mengenai produk atau jasa yang dibeli. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume laba perusahaan.

Meskipun kepuasan pelanggan tidak memberikan pendapatan maupun dampak langsung terhadap nilai perusahaan, hal ini penting bagi manajemen perusahaan sebagai indikator nilai yang ditawarkan ke perusahaan. Menurut Mowen dan Minor (2002: 89), kepuasan konsumen adalah sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang atau jasa yang telah mereka peroleh dan gunakan. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

*Received Januari 30, 2023; Accepted Februari 20, 2024; Published Maret 31, 2024*

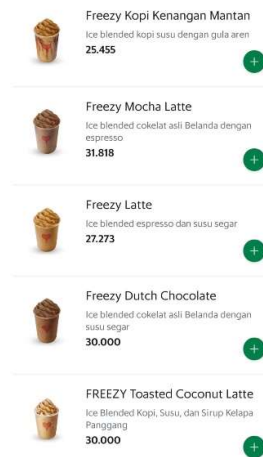
\* Erickho Chandra, [erickochandra25@gmail.com](mailto:erickochandra25@gmail.com)

dalam melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah ekspektasi yang ada dari konsumen terhadap barang atau jasa yang akan diperoleh atau digunakan. Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dan pelayanan.

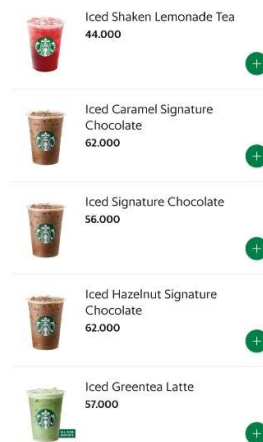
Bisnis kuliner merupakan bisnis yang selalu berkembang di Indonesia, tidak hanya bisnis makanan, bisnis minuman juga turut berkembang di Indonesia. Ada banyak merek dan cabang minuman kekinian yang buka setiap tahunnya, menyediakan minuman dan makanan dengan konsep unik untuk menarik perhatian pelanggan. Beberapa diantaranya adalah brand minuman TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS. Ketiga brand minuman ini dikenal luas oleh masyarakat terutama di kota Medan karena beberapa faktor seperti harga, kualitas dan menu yang unik. Ketiga brand ini juga memiliki cabang yang cukup banyak dan tersebar luas di Kota Medan. Berikut adalah perbandingan harga dan variasi produk dari 3 brand minuman kekinian di kota Medan.



**Gambar 1.** Tampilan menu brand minuman TOMORO



**Gambar 2.** Tampilan menu brand minuman KOPI KENANGAN



**Gambar 3.** Tampilan menu brand minuman STARBUCKS

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat badan usaha berlomba – lomba untuk mencari ide yang inovatif demi mendapatkan keuntungan. Ada beberapa cara untuk mempertahankan pelanggan, misalnya membuat produk yang dapat menarik pasar, tidak hanya dari segi kualitas maupun kuantitas. Namun, kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah melalui kepuasan pelanggan, cara untuk mempertahankan pelanggan, diantaranya adalah:

1. Cepat tanggap dalam menanggapi masalah dan ramah pada konsumen.

Memberikan pelayanan dengan cepat tanggap merupakan hal yang penting dalam mempertahankan kepuasan konsumen, terutama dalam perusahaan yang menyediakan jasa. Sikap dan perilaku yang ramah juga merupakan faktor yang berperan penting

dalam hal mendekati diri dengan konsumen sehingga konsumen dapat merasa lebih dihargai.

2. Membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Pemberian program promosi kepada pelanggan dapat dijadikan sebagai apresiasi kepada pelanggan karena telah berlangganan produk, hal ini dapat memotivasi konsumen untuk menyebarkan informasi produk kepada relasi atau yang biasa disebut dengan *word of mouth*.

3. Memberikan *Loyalty Reward*.

Cara ini dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dan meningkatkan frekuensi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. *Loyalty Reward* ini dapat berupa voucher diskon atau *mini gift* untuk acara spesial.

4. Menerima kritik dan saran dari pelanggan.

Dalam melakukan usaha, kesalahan pasti tidak terhindarkan, kritik dan saran dari pelanggan pasti tidak dapat dihindari juga. Kritik dan saran yang diterima harus segera ditangani untuk meningkatkan reputasi usaha.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan dari ketiga brand minuman kekinian tersebut, ketiga brand ini memiliki harga, variasi produk dan kualitas pelayanan yang cukup berbeda dengan satu sama lain.

## **KAJIAN TEORITIS**

Menurut Indrasari (2019: 87-88), ada beberapa faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, berikut adalah lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen:

1. Kualitas produk

Kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas apabila produk yang dibeli memiliki daya tahan dan kinerja yang baik.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan berpengaruh bagi perusahaan yang menjalankan usaha dalam bidang jasa. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang mudah diakses dan kemampuan pelayanan dalam memahami dan merasakan kebutuhan pelanggan.

### 3. Emosional

Pengaruh emosional dalam kepuasan konsumen membentuk peran yang besar dalam membentuk kepuasan konsumen. Konsumen yang merasakan koneksi emosional, seperti kepercayaan atau bahkan kesetiaan terhadap merek cenderung melakukan pembelian ulang. Emosi ini dapat timbul karena adanya rasa puas dalam melakukan pembelian.

### 4. Harga

Kepuasan konsumen dapat dikaitkan dengan nilai yang diberikan produk atau layanan dibandingkan dengan harga yang mereka bayar. Produk atau layanan yang dapat memberikan nilai lebih dibandingkan harga yang mereka bayar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

### 5. Biaya

Biaya yang terkait dengan pembelian atas produk atau layanan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Semakin rendah biaya yang dikeluarkan konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada konsumen dari 3 brand minuman kekinian yaitu TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS di Medan sejak tanggal 17 hingga 23 Desember 2023. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen 3 brand minuman kekinian tersebut yang berisikan butir – butir pernyataan terkait variabel – variabel penelitian dengan skala pengukuran likert 1 – 5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skala *likert* 1
2. Tidak Setuju (TS) dengan skala *likert* 2
3. Netral (N) dengan skala *likert* 3
4. Setuju (S) dengan skala *likert* 4
5. Sangat Setuju (SS) dengan skala *likert* 5

Kemudian ditentukan rata – rata tingkat kepuasan menurut metode Likert yang dikemukakan oleh Nazir (2014) sebagai berikut:

$$\text{Rata – rata kepuasan} = \frac{\text{Jumlah skor jawaban kuesioner}}{\text{Total jumlah kuesioner}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen 3 brand minuman kekinian TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS. Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Hair et al karena populasi penelitian tidak diketahui secara pasti siapa saja konsumen yang pernah membeli minuman dari TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS. Berikut ini adalah perhitungan:  $N = 5 - 10 \times \text{jumlah indikator}$ . Pada penelitian ini terdapat 5 indikator, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sejumlah  $N = 30$  sampel. Dari perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah 30 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2016: 82) *simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

**Tabel 2.** Kuesioner yang digunakan untuk brand minuman kekinian TOMORO

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>TOMORO</b>						
1	Karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan pelanggan					
2	Harga sesuai dengan kualitas minuman yang dibeli					
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya					
4	Saya merasa produk yang ditawarkan memiliki rasa yang enak					
5	Saya merasa bahagia dengan pelayanan yang diberikan					

**Tabel 3.** Kuesioner yang digunakan untuk brand minuman kekinian KOPI KENANGAN

<b>KOPI KENANGAN</b>						
1	Karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan pelanggan					
2	Harga sesuai dengan kualitas minuman yang dibeli					
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya					
4	Saya merasa produk yang ditawarkan memiliki rasa yang enak					
5	Saya merasa bahagia dengan pelayanan yang diberikan					

**Tabel 4.** Kuesioner yang digunakan untuk brand minuman kekinian STARBUCKS

STARBUCKS					
1	Karyawan memberikan respon yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan				
2	Harga sesuai dengan kualitas minuman yang dibeli				
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya				
4	Saya merasa produk yang ditawarkan memiliki rasa yang enak				
5	Saya merasa bahagia dengan pelayanan yang diberikan				

Dari kuesioner tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil pengumpulan data

Nama Brand	SS	S	N	TS	STS
TOMORO	20	7	8	5	10
KOPI KENANGAN	23	14	7	2	4
STARBUCKS	17	17	8	2	6

**Tabel 5.** Hasil penelitian

Nama Brand	Tingkat Kepuasan
TOMORO	65,2%
KOPI KENANGAN	80,0%
STARBUCKS	74,8%

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil bahwa brand minuman KOPI KENANGAN memiliki tingkat kepuasan paling tinggi sebesar 80% dibandingkan dengan brand minuman TOMORO (65,2%) dan STARBUCKS (74,8%)

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam membuka usaha. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk melakukan pembelian berulang produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari atau melakukan rekomendasi kepada sanak saudara maupun teman mengenai produk atau jasa yang dibeli. Menurut Indrasari, ada lima faktor yang dapat mempertahankan kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Dalam bisnis kuliner yang terus berkembang, diperlukan inovasi dan kreativitas untuk mempertahankan bisnis. Ketiga brand minuman yang dipilih sebagai objek penelitian adalah brand minuman yang cukup dikenal di kota Medan karena menyediakan variasi minuman dengan harga yang cukup terjangkau untuk beberapa kalangan. Namun, beberapa faktor tersebut tidak dapat dijadikan patokan kepuasan pelanggan, penelitian ini hanya membahas tentang tingkat kepuasan 3 brand minuman kekinian di Medan yaitu TOMORO, KOPI

KENANGAN dan STARBUCKS yang disebabkan oleh faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kepuasan dari 3 brand kekinian di kota Medan yaitu TOMORO, KOPI KENANGAN dan STARBUCKS. Dari hasil analisis data yang diperoleh, diketahui bahwa KOPI KENANGAN memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi (80%) dibandingkan dengan TOMORO (65,2%) dan STARBUCKS (74,8%). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kopi kenangan mempunyai cita rasa yang khas dengan kualitas yang baik, serta harga yang dapat dibilang lebih terjangkau dibandingkan yang lain.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kaplan, R. – Norton, D. (2000): The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. *Harvard Business Review*, (January-February), 2000, pp. 29-64
- Mowen. J. C., dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 , Jakarta: PT Penerbit Erlangga
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90-108.



Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta.

Veronica, M., T., & Ilmi, I., M., B. (2020). Minuman Kekinian di Kalangan Mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Journal of Health Development*, 2(2), 83-91.