



## Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Tori Coffee di Kabupaten Toraja Utara

**Dandi Saputra**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Dina Ramba**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Yohanis Lotong Ta'dung**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

*Korespondensi penulis : dandisaputra1207@gmail.com*

**Abstract.** *Analysis of Consumer Service Perceptions of Services of Tori Coffe Service Quality In North Toraja District. This study aims to determine Customer Service Perceptions of Services at Tori Coffe North Toraja. This study The object of this study was Tori Coffe using a quantitative approach with simple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 26 application. The population in this study were 150 respondents and a sample of 69 respondents Tori Coffe North Toraja Regency. This study shows that the perception of customer service at Tori Coffe North Toraja is in the sufficient category where as many as 24 consumers (34.78%) are respondents. This means that the quality of service provided by Tori Coffe has fulfilled the wishes of the consumer.*

**Keywords:** *Consumer Service Perceptions*

**Abstrak.** Analisis Persepsi Pelayanan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Tori Coffee di Kabuptan Toraja Utara penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Pelayanan Konsumen Atas Pelayanan Di Tori Coffe Toraja Utara. Penelitian ini Objek dalam penelitian ini adalah Tori Coffe menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini yaitu 150 responden dan sampel 69 responden Tori Coffe Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pelayanan konsumen pada Tori Coffe Toraja Utara berada pada kategori cukup baik dimana sebanyak 24 konsumen (34,78%) responden. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Tori Coffe telah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

**Kata Kunci:** Persepsi Pelayanan Konsumen, Kualitas Pelayanan

### LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, Perusahaan harus mampu bersaing dan mempertahankan bisnisnya dalam lingkungan bisnis yang berat. Dengan adanya produk pesaing baru, kemajuan teknologi, hukum atau kebijakan pemerintah yang terus berubah – ubah secara cepat diharapkan nantinya perusahaan mampu bertahan dan terus bersaing untuk memenuhi keinginan dan harapan

konsumen. Aktifitas manusia dalam era globalisasi mengalami peningkatan secara signifikan. Salah satunya adalah industri makanan yang menjadi pokok kebutuhan manusia untuk memenuhi segala aktifitasnya. Industri makanan mengalami perkembangan yang sangat pesat sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup manusia.

Gaya hidup manusia sekarang menginginkan gaya hidup yang praktis dan simpel. Dimana semua perusahaan berlomba-lomba untuk memanjakan konsumennya dengan pelayanan yang baik dan membuat konsumen merasa nyaman. Gaya hidup seperti itu tidak hanya dinikmati untuk konsumen kelas atas, melainkan konsumen kelas menengah dan konsumen kelas bawah yang tinggal di desa. Dimana konsumen yang berada atau tinggal di desa meniru gaya orang yang tinggal di kota. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya cafe yang bermunculan dikarenakan cafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat yang bervariasi kebutuhan konsumen serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat café untuk menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk cafe.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian Kualitas layanan yang diberikan oleh Glen Coffe & Resto berperan untuk keputusan pelanggan berkunjung. Masyarakat banyak sekali bersantai di café untuk mengisi waktu luang atau memang meluangkan waktu bersama keluarga dan teman-teman Selain didukung dengan adanya berbagai pilihan menu yang ada, tentu saja aspek kualitas pelayanan kepada pelanggan juga perlu mendapat perhatian Dalam penelitian ini setidaknya terdapat lima dimensi kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (Ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian), *empathy* (empati) dan *tangible* (berwujud).

Cafe adalah salah satu usaha dibidang jasa yang berhubungan dengan kuliner, seperti makanan dan minuman. Dengan melihat fenomena yang terjadi pada masyarakat saat ini, peluang untuk melakukan usaha di bidang kuliner memang sangatlah besar. Selain kebutuhan makan dan minum yang tidak akan pernah meredup, bisnis kuliner juga

menjadi salah satu sarana rekreasi bagi beberapa golongan masyarakat. Salah satu bisnis makanan yang ada di kota Toraja adalah "Tori Coffe".

Tori Coffe merupakan café yang ada di toraja utara, yang dibangun di tengah kota Rantepao. Konsep pembangunan yang unik dengan, didukung dengan Desain tempat sehingga memberi kesan sensasional dan bisa dinikmati semua kalangan. Tori coffe tidak lepas dari persaingan bisnis semakin ketat dalam jenis usaha kuliner. Hal ini tampak dengan berdirinya berbagai bisnis kuliner yang ada di toraja utara. Namun, dengan meningkatnya persaingan di industri restoran, menjaga kualitas pelayanan konsumen menjadi sangat penting. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat loyalitas mereka, dan membantu mendapatkan keunggulan kompetitif.

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan menjadi faktor penentu penting dalam keberhasilan suatu restoran. Konsumen akan menilai kualitas pelayanan berdasarkan pengalaman mereka saat mengunjungi Tori Cafe. Pengalaman positif akan menciptakan persepsi yang baik terhadap pelayanan, sementara pengalaman negatif dapat berdampak buruk pada citra restoran. Oleh karena itu, penting untuk melakukan Analisis Persepsi Kualitas Pelayanan Konsumen Atas Pelayanan Di Tori Coffé Di Toraja Utara. Dalam skripsi ini, penulis akan mengumpulkan data melalui survei dan kusioner dengan konsumen Tori Coffe untuk memahami pandangan dan pengalaman mereka terhadap kualitas pelayanan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pelayanan**

Menurut Barata dalam Atmadjati, (2018:1) mengemukakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dimensi pelayanan menurut Parasuraman,dkk dalam Karlina, (2019) mengidentifikasi 10 dimensi pokok pelayanan, yaitu:

1. Reabilitas mencakup dua aspek utaman kinerja dan sifat terpercaya
2. Responsivitas atau daya tanggap
3. Kompetensi
4. Akses
5. Kesopanan
6. Komunikasi

7. Kreadibilitas
8. Keamanan
9. Bukti fisik
10. Kemampuan memahami pelanggan

### **Kualitas Pelayanan**

Wijaya (2011:52) menyatakan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2011:59) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

Faktor yang memengaruhi Pelayanan menurut Kasmir (2017: 6-7) diantaranya adalah:

- a. Jumlah tenaga kerja; banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan.
- b. Kualitas tenaga kerja; meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.
- c. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.
- d. Kepemimpinan; proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan.
- e. Budaya organisasi; sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.
- f. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan.
- g. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, lay out gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya.

Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. *Reliability* yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. *Empati* yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

### **Persepsi**

Persepsi adalah suatu proses yang bisa ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka, agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Menurut Leavitt persepsi ada dua arti sempit dan luas, dalam arti sempit persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan, pengertian, atau bagaimana cara seseorang memandang serta mengartikan sesuatu.

Menurut Gibson, dkk dalam Rahmatullah (2014:11-13), ada 2 faktor yang mempengaruhi persepsi, faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu yang mencakup beberapa hal antara lain:
  - a. Fisiologis Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
  - b. Perhatian Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

- c. Minat Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
  - d. Kebutuhan yang Searah Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
  - e. Pengalaman dan Ingatan Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadiankejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
  - f. Suasana Hati Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.
2. Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlihat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah:
- a. Ukuran dan Penempatan Dari Obyek atau Stimulus Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
  - b. Warna dari Obyek-obyek Obyek-obyek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
  - c. Keunikan dan Kekontrasan Stimulus Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
  - d. Intensitas dan Kekuatan dari Stimulus Stimulus dari luar akan memberi makna lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat.

Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

e. Motion atau Gerakan Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

### **Penelitian Terdahulu**

Muhtarom Abid, Yonita Hesty Lovi, Dkk (2022), Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian yaitu :

1. Persepsi harga berpengaruh negatif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Fasilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Winarto, (2017), Persepsi Kualitas Layanan Warung Internet Di Kota Medan, Berdasarkan analisis pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan warung internet di Kota Medan pada kelima dimensi kualitas layanan masuk pada kriteria Cukup Baik.

Hasan Adnan, (2018), Analisis Persepsi Harga, Suasana Cafe Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Zero Cafe Makassar, Persepsi harga variabel persepsi harga, suasana cafe dan pelayanan berperan penting dalam menentukan loyalitas pelanggan Zero Cafe Makassar.

### **Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah hipotesis deskriptif yang dimana hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara terhadap masalah deskriptif, yaitu yang berkenaan dengan variabel. Maka, hipotesis dalam penelitian ini diduga bahwa konsumen memiliki persepsi yang cukup baik atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara.

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2016). Populasi yang ditargetkan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan ilustrasi dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sebuah anggota sampel (Sugiyono, 2016). Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah orang yang membeli pada saat penelitian ini dilaksanakan. Maka digunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi
- e : Tingkat kesalahan sampel

$$n = \frac{150}{1+120 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1+120 (0,01)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,2}$$

$$n = \frac{150}{2,2} = 68,18 \text{ atau } 69 \text{ responden}$$



## **Prosedur Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono,2019).

### 2. Kuesioner

Untuk mengetahui analisis tentang persepsi pelayanan konsumen atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara, skala yang cocok dengan kuesioner adalah dengan menggunakan *skala likert*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono,2019).

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan dan memberikan pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar (Sugiyono,2016).

## **Teknik Analisis Data**

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Adapun tahapan analisis data adalah sebagai berikut:

### **Analisis Deskriptif**

#### a. Mean, Median, Modus

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Dengan “menggunakan statistik deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum” (Ghozali, 2012: 19). Data ini digunakan untuk menggambarkan penelitian secara matematis.

#### b. Tabel Kategorisasi

Deskripsi selanjutnya adalah melakukan pengkategorian skor yang diperoleh dari masing-masing variabel. Kategorisasi digunakan untuk mengetahui gambaran umum dari variabel penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karaktersitik	Kategori	F	%	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-Laki	32	45,7	100%
	Perempuan	37	52,9	
Usia	>40 Tahun	2	2,9	100%
	29-39 Tahun	18	26,1	
	18-28 Tahun	49	71	
	<18 Tahun	0	0	
	Total	69	100	

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan bahwa mayoritas perempuan yang berbelanja/membeli di Tori Café dan mayoritas berusia 18-28 tahun.

### Deskriptif Frekuensi Data Penelitian

#### a) Dimensi Bukti langsung (*tangible*)

Tabel 2 Dekskriptif Statistik Dimensi Bukti Langsung

<i>Statistic</i>	Bukti Langsung ( <i>tangible</i> )
N	69
Mean	13,71
Mode	14
Std, Deviation	1,405
Minimum	11
Maksimum	16

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif tabel diatas terhadap persepsi konsumen atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara pada dimensi bukti langsung (*tangible*), diperoleh nilai mean 13,71, nilai mode 14, nilai standar deviasi 1,405, nilai minimum 11, dan nilai maksimum 16.

**b) Dimensi Keandalan (*reliability*)****Tabel 3 Deskriptif Dimensi Keandalan**

<i>Statistic</i>	<b>Keandalan (<i>reliability</i>)</b>
N	69
Mean	9,65
Mode	10
Std, Deviation	1,370
Minimum	7
Maksimum	12

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif tabel diatas terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara pada dimensi keandalan (*reliability*), diperoleh nilai mean 9,65, nilai mode 10, nilai standar deviasi 1,370, nilai minimum 7, dan nilai maksimum 12.

**c) Dimensi Daya Tangkap (*responsivennes*)****Tabel 4 Deksriptif Statistik Dimensi Daya Tangkap**

<i>Statistic</i>	<b>Daya tanggap (<i>responsivennes</i>)</b>
N	69
Mean	10,04
Mode	9
Std, Deviation	1,548
Minimum	7
Maksimum	12

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif tabel diatas terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara pada dimensi daya tanggap (*responsivennes*), diperoleh nilai mean 10,04, nilai mode 9, nilai standar deviasi 1,548, nilai minimum 7, dan nilai maksimum 12.

**d) Dimensi Jaminan (*Assurance*)****Tabel 5 Deskriptif Statistik Dimensi Jaminan**

<i>Statistic</i>	<b>Jaminan (<i>assurance</i>)</b>
N	69
Mean	10,75
Mode	12
Std, Deviation	1,242

Minimum	6
Maksimum	12

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif tabel diatas terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara pada dimensi jaminan (*assurance*), diperoleh nilai mean 10,75, nilai mode 12, nilai standar deviasi 1,242, nilai minimum 6, dan nilai maksimum 12.

**e) Dimensi Empati (*Empathy*)**

**Tabel 6 Deskriptif Statistik Dimensi Empati**

<i>Statistic</i>	<b>Empati (<i>empathy</i>)</b>
N	69
Mean	7,38
Mode	8
Std, Deviation	0,806
Minimum	6
Maksimum	8

**Deskriptif Statistik Persepsi Konsumen**

**Tabel 7 Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan Tori Coffe**

<i>Statistic</i>	<b>Persepsi Konsumen atas Pelayanan Tori Coffe</b>
N	69
Mean	51,54
Mode	49
Std, Deviation	4,411
Minimum	42
Maksimum	60

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif tabel diatas terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara, diperoleh nilai mean 51,54, nilai mode 49, nilai standar deviasi 4,411, nilai minimum 42, dan nilai maksimum 60.

**Tabel 8 Kategorisasi Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan Tori Coffe di Kabupaten Toraja Utara**

No	Interval	Frekuensi	Kategori	Persentase
1	> 57	12	Sangat Baik	17,43%
2	53 – 56	17	Baik	24,39%
3	49 – 52	24	Cukup	34,78%
4	45 – 48	14	Kurang	20,51%
5	< 45	2	Sangat Kurang	2,89%
Jumlah		69		100%

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara diperoleh data bahwa kategori sangat baik dengan frekuensi 12 (17,43%), kategori baik dengan frekuensi 17 (24,39%), kategori cukup dengan frekuensi 24 (34,78%), kategori kurang dengan frekuensi 14 (20,51%), dan kategori sangat kurang dengan frekuensi 2 (2,89%). Maka, dapat ditentukan bahwa kebanyakan konsumen memiliki persepsi yang cukup baik terhadap kualitas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara dengan persentase 34,78%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada analisis deskriptif yang berakaitan dengan karakteristik responden yang menunjukkan bahwa ditinjau dari segi jenis kelamin konsumen yang datang di Tori Coffe Toraja Utara adalah perempuan dengan persentase terbesar yaitu 53,6%. Sedangkan, berdasarkan usia konsumen mayoritas dengan rentang usia 18 tahun hingga 28 tahun dengan persentase sebesar 71%.

Berdasarkan hasil analisis data mayoritas konsumen atau responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi konsumen atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara berada pada kategori cukup dimana sebanyak 24 konsumen (34,78%) responden. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Tori Coffe Toraja Utara telah memenuhi keinginan dari pihak konsumen.

Dari hasil tersebut ditinjau dari jawaban konsumen pada kuesioner dimensi bukti langsung (*tangible*) yang di berikan Tori Coffe Toraja Utara kepada konsumen. Terlihat langsung oleh konsumen yang berkunjung dimana Tori Coffe memiliki karyawan yang berpenampilan rapih, kebersihan lingkungan Tori Coffe terjaga dengan baik, dan Tori Coffe menyediakan lahan parkir yang memadai dan aman.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan tentang persepsi konsumen atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen memiliki persepsi pada tingkat kategori cukup atas pelayanan Tori Coffe Toraja Utara dengan persentase sebesar 34,78%. Saran peneliti adalah Tori Coffe Toraja Utara kedepannya diharapkan mampu memberikan kualitas pelayanan agar selalu menjaga kinerja karyawan dan dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin, menanyakan kebutuhan konsumen apabila pemesanan ada yang kurang, begitupun dengan mengantar pesanan kepada konsumen harus cepat dan tanggap agar konsumen merasa yakin melakukan pembelian ulang di Tori Coffe, pihak Tori Coffe harus memberikan pelatihan kepada calon karyawan Tori Coffe tentang tatacara memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen yang akan berkunjung kembali ke Tori Coffe, diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk lebih mengembangkan instrumen penelitian yang berkaitan dengan variabel yang telah diteliti.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Atmadjati ,Arista.2018.Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini.Yogyakarta: Deepublish
- Fandy, Tjiptono,(2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent. 2017. Production Planning And Inventory Control. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25. Universitas Diponegoro.
- Hasan Adnan, (2018). Analisis Persepsi Harga, Suasana Cafe Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Zero Cafe Makassar
- Hutabalian, Y. H., & Kalangi, J. S. (2015). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik. *E-Journal Acta Diurna*, IV(3), 1–10. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/90521-ID-none.pdf>
- Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender

Jakarta Timur. Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 3(1), 7–16.  
Retrieved from  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/5011/pdf>

- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Kieso et al. (2014). Intermediate Accounting IFRS Edition-Wiley. China: John
- Kotler, P. (2012). Marketing Management. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2012. Kualitas Pelayanan. Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. Edisi 5 Jilid 2. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ketujuh. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Nagara Endru Septia Putra, (2020). Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing Dan Coffee Shop Lokal Di Tunjungan Plaza Surabaya.
- Muhtarom Abid, Yonita Hesty Lovi, Dkk (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS).
- Rangkuti, F. (2017). Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pelayanan Prima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Fidya Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, & Susi Apriyanti. (2017). Pelayanan Prima: Pedoman Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Remiasa Marcus, (2017). Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing Dan Coffee Shop Lokal
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). Service, Quality and Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.
- Wijaya, Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, Dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian. PT. Indeks, Jakarta.
- Winarto, (2017). Persepsi Kualitas Layanan Warung Internet Di Kota Medan.