



## Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Minuman “Es Kopi Susu Terjangkau” Di *Café Semampire House Cilandak*

Isnadiyah<sup>1</sup>, Ari Fadiati<sup>2</sup>, Guspri Devi Artanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik,  
Universitas Negeri Jakarta

---

### Abstrak

Received: 2 November 2025  
Revised: 14 November 2025  
Accepted: 29 November 2025

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman “es kopi susu terjangkau” di Café Semampire House Cilandak, Jakarta Selatan. Penelitian menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif terhadap 91 responden yang dipilih secara purposive sampling. Instrumen disusun berdasarkan tiga indikator utama yaitu warna, cita rasa, dan tekstur, dengan 15 butir pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya ( $\alpha = 0,90$ ). Hasil analisis menunjukkan kualitas minuman es kopi susu terjangkau yang diukur pada semua indikator (warna, cita rasa dan tekstur) mayoritas responden merasa puas masuk kedalam kategori kuat, sehingga kualitas minuman es kopi susu terjangkau sudah sesuai dengan harapan mereka.*

**Kata Kunci:** *kepuasan konsumen, kualitas produk, es kopi susu, café*

(\*) Corresponding Author:

<sup>1</sup>[isnadiyaah12@gmail.com](mailto:isnadiyaah12@gmail.com),

<sup>2</sup>[arifadiati@yahoo.com](mailto:arifadiati@yahoo.com),

<sup>3</sup>[vie\\_artanti@yahoo.com](mailto:vie_artanti@yahoo.com)

**How to Cite:** Isnadiyah, I., Fadiati, A., & Artanti, G. (2025). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Minuman “Es Kopi Susu Terjangkau” Di *Café Semampire House Cilandak*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12.C), 53-67. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12088>.

---

## PENDAHULUAN

Tanaman Kopi sudah cukup lama dibudidayakan dan menjadi sumber penghasilan bagi lebih dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Rahardjo, 2012). Tanaman kopi menghasilkan biji kopi yang kemudian disangrai lalu digiling menjadi bubuk untuk digunakan sebagai minuman (Fitriyah et al., 2021). Aktivitas minum kopi di Indonesia sudah ada sejak tahun 1950-an, awalnya masyarakat menikmati minuman kopi di rumah dengan seduhan khas Indonesia yaitu kopi tubruk, kopi yang telah digiling kasar diseduh langsung dengan air mendidih pada gelas lalu diendapkan sekitar 2-3 menit dengan cara ditutup serta dinikmati dengan makanan ringan atau kudapan berupa jajanan tradisional (Gumulya & Helmi, 2017).

Variasi kopi semakin berkembang, kopi susu gula aren telah menjadi salah satu fenomena kuliner yang menarik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Minuman ini semakin populer terutama di kalangan anak muda, karena penggunaan gula aren sebagai pemanis menjadi faktor pembeda dari varian kopi susu lainnya. Suwarno (2024) juga mengatakan hal yang demikian, baru-baru ini minuman kopi susu gula aren sangat populer di kalangan milenial. Sajian kopi susu dengan legitnya sirup gula aren yang ditambahkan es batu menghasilkan cita rasa manis yang otentik, sehingga variasi minuman ini selalu ada di kedai kopi modern (*coffee shop*).

Menurut Aryani, et al (2022) *Coffee shop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman *non* alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun *live music*, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa diantaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau *WiFi*. *Coffee shop* juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser.

Pertumbuhan kedai kopi di Jakarta telah mengalami peningkatan signifikan selama empat tahun terakhir. Menurut riset dari Toffin, jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat dari sekitar 1.000 gerai pada tahun 2016 menjadi lebih dari 2.950 gerai pada tahun 2019. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh dominasi populasi anak muda di Indonesia khususnya Generasi Z (10-24 tahun) dan Generasi Y (25-39 tahun) terhadap perubahan gaya hidup yang menjadikan minum kopi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Jakarta saja, jumlah kedai kopi diperkirakan terus meningkat sekitar 10% per tahun (Toffin, 2020).

Wilayah Jakarta Selatan khususnya di Cilandak, berdasarkan observasi ada lebih dari 20 bisnis kedai kopi modern (*coffee shop*) yang berdiri dengan ciri khasnya masing-masing seperti pemilihan nama tempat, varian menu yang unik, suasana tempat yang nyaman dan *hommie* sampai desain *cafe* yang diperhatikan untuk spot berfoto. Hal ini dilakukan oleh para pelaku usaha guna memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Diantara beberapa kedai kopi yang ada di daerah Cilandak, terdapat 5 *coffee shop* yang memiliki karakteristik *cafe* yang sama yaitu nyaman dan *Hommie* serta digemari oleh kalangan muda diantaranya ; *work coffee* Jakarta dengan *rating* 4,6, *fern coffee house* memiliki *rating* 4,6, *ohana café and kitchen* dengan *rating* 4,6, *café semampire house* Cilandak memiliki *rating* 4,8, dan *everyone coffee* dengan *rating* 4,7.

Berdasarkan observasi di atas, ditemukan bahwa *café Semampire house* Cilandak memiliki *rating* yang paling tinggi yaitu 4,8. Adapun *rating* tersebut merupakan salah satu bukti kepuasan konsumen terhadap kedai kopi yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi diantara 5 *café* lainnya. Melihat angka tersebut penulis tertarik untuk menggunakan *café semampire house* Cilandak sebagai objek penelitian untuk menganalisis faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

*Café semampire house* Cilandak yang berdiri pada tahun 2022 merupakan cabang ke-tiga dari *café Semampire* yang berdiri pertama kali pada tahun 2020 di Blok-M dan cabang kedua pada tahun 2021 di Kota Solo. *Coffee shop* ini menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan pengunjung, termasuk area *indoor* dan *outdoor*, toilet, serta musholla yang terletak di lantai atas. Salah satu keunggulan utama dari *coffee shop* ini adalah ketersediaan jaringan *Wi-Fi* yang stabil, sehingga memungkinkan pengunjung untuk melakukan aktivitas *Work From Café* (WFC) maupun menyelesaikan tugas-tugas yang memerlukan akses internet. Segi desain, *coffee shop* ini mengadopsi konsep rumah yang asri dengan keberadaan pepohonan besar yang berfungsi sebagai pelindung dari paparan sinar matahari langsung, sehingga menciptakan suasana yang tetap sejuk meskipun pada siang hari.

*Coffee shop* ini juga menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau, yakni berkisar antara Rp18.000 hingga Rp38.000. Adapun jam operasional berlangsung setiap hari, mulai Senin hingga Minggu dengan waktu operasional dari pukul 07.00 hingga 21.00 WIB. *Café* ini juga menjual makanan dan minumannya melalui aplikasi *go-food*, *grab-foor*, dan *shopee-food*. Memiliki 2 orang pegawai yang bekerja *longshift* dan pemiliknya bergantian datang untuk mengawasi hingga membantu operasional disaat *café* sedang ramai yaitu pada hari sabtu dan minggu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen, Rizky salah satu pelanggan tetap, menyatakan bahwa bahwa yang bersangkutan secara rutin mengunjungi *café* untuk menikmati kopi sambil bekerja karena suasana yang nyaman serta pelayanan karyawannya yang ramah. Selain itu, Laily dan Bunga mengungkapkan bahwa sering berkunjung pada siang hari, khususnya pada rentang waktu pukul 11.00 hingga 14.00 WIB, yang merupakan periode dengan jumlah kunjungan konsumen tertinggi, dalam hal ini konsumen merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas minuman yang diterima.

Penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google formulir* kepada 50 konsumen *café* semampire *house* Cilandak pada tanggal 03 sampai 04 Juli 2024. Berdasarkan penyebaran kuesioner analisis kepuasan konsumen, didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di *café* semampire *house* Cilandak adalah sebanyak 31,8% responden merasa pelayanan yang diberikan sangat baik, 15,9% responden menyatakan harga sesuai dengan kualitas, 13,6% responden merasa kualitas minuman kopi sesuai dengan harapan, 18,2% responden menyatakan lokasi *café* cukup strategis, dan 20,5% responden merasa kemudahan dalam mendapatkan minuman. Berdasarkan hasil penelitian awal atau analisis kebutuhan, ditemukan kualitas minuman kopi merupakan faktor paling rendah dalam memuaskan konsumen di *café* semampire *house* Cilandak.

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan pemilik *café* semampire, dan melihat adanya masalah yang mana terjadi penurunan pengunjung pada tahun 2023 sebanyak 5% perbulannya dan pada penjualan produk andalannya yaitu minuman Es Kopi Susu Terjangkau juga mengalami penurunan, yang biasanya rata-rata perbulan dapat menjual 1080 cup, tetapi pada 6 bulan terakhir ini hanya menjual 550 cup perbulannya. Hal ini berdampak pada penurunan omset penjualan di *café* semampire *house* Cilandak sebanyak 20% yang awalnya sebesar Rp. 158.360.000 pada tahun 2022 menjadi Rp. 126.688.000 di tahun 2023. Menurut Dwi penurunan pengunjung terjadi dikarenakan kurangnya daya beli dari masyarakat yang merasa belum maksimal dalam aspek cita rasa *coffee* yang kurang konsisten dalam penyajiannya, ketidakkonsistenan rasa yang disajikan dikarenakan berganti barista sehingga penetapan standar menu sangat diperlukan dalam meracik makanan maupun minuman.

“Es Kopi Susu Terjangkau” merupakan minuman kopi andalan di *café* semampire, karena diketahui dari data penjualan yang mana besarnya pembelian pada es kopi susu terjangkau pada lebih banyak dibandingkan jenis minuman kopi lainnya seperti *americano*, *cappuccino*, *vanilla coffee* dan *mocha*. Minuman es kopi susu terjangkau dihasilkan dari biji kopi arabika dan robusta yang dicampur lalu menghasilkan espresso kemudian ditambahkan susu, krim dan pemanis gula aren,

ini merupakan variasi minuman kopi susu gula aren yang diberi nama khas pada menu *café* yaitu kopi susu terjangkau. Minuman ini memiliki rasa yang manis, agak pahit dan asam dari penggunaan kopi arabica dan robusta, serta tekstur yang cair sedikit kental dihasilkan dari penggunaan susu, krimmer dan gula aren. Warna dari kopi susu terjangkau memiliki gradasi coklat tua di bawah dan putih susu di atasnya.

Kemampuan dalam memahami kebutuhan konsumen akan berdampak kepada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Jika kinerja tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen merasa tidak puas. Sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas atau senang (Kotler, P & Keller, 2018). Untuk itu perlu adanya beberapa pengembangan dalam strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen agar dapat bersaing dengan *Coffee shop* lainnya. Upaya untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh memang tidak mudah, namun ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014) yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan biaya atau kemudahan.

Salah satu faktor dalam memuaskan konsumen pada bidang "*food service*" adalah kualitas produk yang dijual. Kualitas makanan dan minuman merupakan peranan penting dalam kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan atau minuman meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat juga. Menurut Panggabean (2011) ada beberapa standarisasi karakteristik pada kopi diantaranya aroma, keasaman (*acidity*), rasa (*flavour*), rasa setelahnya (*aftertaste*), kemanisan (*sweetness*), dan tekstur (*body*). Kualitas minuman kopi yang berkarakter baik akan menciptakan kepuasan pada konsumen penikmat kopi di *coffee shop*. Pernyataan tersebut di perkuat oleh Diwangkoro (2017) yang menyatakan untuk kualitas produk yang menjadi prioritas utama yaitu atribut rasa, aroma, body, *aftertaste* dan *sweetness* terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi garasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adhythia (2021) menyatakan tingkat kepuasan pelanggan yang ditinjau dari semua faktor-faktor kepuasan pelanggan salah satunya kualitas produk, termasuk kedalam tingkat kepuasan yang puas. Jadi secara keseluruhan pelanggan telah merasa puas sehingga mempercayakan makan dan minum di Ompu Gende Coffee Medan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adhythia, pada penelitian yang dilakukan oleh Diwangkoro (2017) menyatakan bahwa Konsumen belum puas terhadap kinerja "kafe Kopi Garasi" pada kualitas produk.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan berfokus pada analisis kepuasan konsumen pada kualitas minuman "es kopi susu terjangkau" di *café* semampire *house* Cilandak. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi bagi pengelola *café* untuk meningkatkan kualitas produk dan menjaga konsistensi rasa dalam penyajian kopi.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan di *Café Semampire House*, Cilandak, Jakarta Selatan, pada bulan Juli 2024 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan

metode survei. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 91 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dari total populasi 1.050 pengunjung per bulan. Fokus penelitian adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman es kopi susu terjangkau berdasarkan indikator warna, cita rasa, dan tekstur. Instrumen pengukuran disusun dalam 15 butir pernyataan dan divalidasi melalui expert judgement serta diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan korelasi Pearson dan Cronbach's Alpha, dengan hasil reliabilitas mencapai 0,90 yang menunjukkan tingkat keandalan sangat tinggi.

Analisis data dilakukan secara statistik deskriptif, bertujuan untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen secara sistematis dan faktual. Pengolahan data melibatkan pengelompokan, tabulasi, hingga perhitungan skor rata-rata berdasarkan skala Likert, dengan hasil akhir berupa gambaran umum kepuasan konsumen terhadap kualitas produk minuman di café tersebut.

## HASIL & PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dinilai melalui aspek kualitas produk pada minuman “es kopi susu terjangkau”. Terdapat 15 butir pernyataan yang sudah melewati uji validitas dan reliabilitas. Instrumen pada aspek kualitas produk terbagi menjadi tiga indikator yaitu warna dengan sub indikator sebelum dan sesudah minuman diaduk, indikator cita rasa dengan sub indikator rasa manis, asam, pahit, umami, dan aroma kopi, serta indikator tekstur dengan kekentalan, keenceran dan kehalusan ampas kopi. Data diperoleh dari pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner dengan media *google form* dengan model skala likert dari sangat puas sampai sangat tidak puas yang diisi oleh 91 responden konsumen *café* semampire *house* Cilandak. Berikut ini merupakan kriteria nilai indeks kepuasan konsumen atau CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang akan menjadi patokan skor penilaian.

**Tabel 1. CSI (*Customer Satisfaction Index*)**

Nilai Indeks Kepuasan Konsumen	Kriteria
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Statistika Pendidikan dan metode penelitian kuantitatif, 2015

### Data deskriptif aspek kualitas produk minuman es kopi susu terjangkau

Berdasarkan data hasil penelitian terhadap 91 responden pada aspek kualitas produk. Masing – masing penilaian akan dijelaskan sebagai berikut :

**Warna****Tabel 2. Data Indikator Warna**

No	Pernyataan	Kriteria penilaian	n	(%)	kategori penilaian
1	Warna minuman es kopi susu terjangkau sebelum diaduk	Sangat puas	32	35	Lemah
		Puas	40	44	Cukup
		Kurang puas	9	10	Sangat Lemah
		Tidak puas	3	3	Sangat Lemah
		Sangat tidak puas	7	8	Sangat Lemah
2	Warna minuman es kopi susu terjangkau setelah diaduk	Sangat puas	39	43	Cukup
		Puas	37	41	Cukup
		Kurang puas	9	10	Sangat Lemah
		Tidak puas	2	2	Sangat Lemah
		Sangat tidak puas	4	4	Sangat Lemah

Tabel 2. menunjukkan data indikator warna dapat dijelaskan sebagai berikut

- :
1. Pada sub indikator warna minuman es kopi susu terjangkau sebelum diaduk 35% menyatakan sangat puas, 44% puas, 10% kurang puas, 3% tidak puas dan 8% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
  2. Pada sub indikator warna minuman es kopi susu terjangkau setelah diaduk 43% menyatakan sangat puas, 41% puas, 10% kurang puas, 2% tidak puas dan 4% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.

**Cita rasa****Tabel 3. Data Indikator Cita Rasa**

No	Pernyataan	Kriteria penilaian	n	(%)	kategori penilaian
3	Rasa manis gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	31	34	Lemah
		puas	41	45	Cukup
		kurang puas	13	15	Sangat Lemah
		tidak puas	3	3	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	3	3	Sangat Lemah
4	Keasaman biji kopi arabika pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	25	28	Lemah
		puas	44	48	Cukup
		kurang puas	15	17	Sangat Lemah
		tidak puas	2	2	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	5	5	Sangat Lemah

5	Rasa pahit biji kopi robusta pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	29	32	Lemah
		puas	37	41	Cukup
		kurang puas	19	21	Lemah
		tidak puas	2	2	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	4	4	Sangat Lemah
6	Rasa gurih susu pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	20	22	Lemah
		puas	51	56	Cukup
		kurang puas	15	17	Sangat Lemah
		tidak puas	2	2	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	3	3	Sangat Lemah
7	Aroma <i>fruity</i> biji kopi arabika pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	31	34	Lemah
		puas	39	43	Cukup
		kurang puas	14	15	Sangat Lemah
		tidak puas	1	1	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	6	7	Sangat Lemah
8	Aroma <i>nutty</i> biji kopi robusta pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	27	30	Lemah
		puas	41	45	Cukup
		kurang puas	16	18	Sangat Lemah
		tidak puas	4	4	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	3	3	Sangat Lemah
9	Aroma gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	32	35	Lemah
		puas	41	45	Cukup
		kurang puas	14	16	Sangat Lemah
		tidak puas	2	2	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	2	2	Sangat Lemah
10	Aroma susu pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	27	30	Lemah
		puas	45	50	Cukup
		kurang puas	12	13	Sangat Lemah
		tidak puas	6	6	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	1	1	Sangat Lemah

Tabel 3. menunjukkan data indikator cita rasa dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada sub indikator rasa manis gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau 34% menyatakan sangat puas, 45% puas, 15% kurang puas, 3% tidak puas dan 3% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
2. Pada sub indikator keasaman biji kopi arabika pada minuman es kopi susu terjangkau 28% menyatakan sangat puas, 48% puas, 17% kurang puas, 2% tidak puas dan 5% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.

3. Pada sub indikator rasa pahit biji kopi robusta pada minuman es kopi susu terjangkau 32% menyatakan sangat puas, 41% puas, 21% kurang puas, 2% tidak puas dan 4% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
4. Pada sub indikator rasa gurih susu pada minuman es kopi susu terjangkau 22% menyatakan sangat puas, 56% puas, 17% kurang puas, 2% tidak puas dan 3% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
5. Pada sub indikator aroma *fruity* biji kopi arabika pada minuman es kopi susu terjangkau 34% menyatakan sangat puas, 43% puas, 15% kurang puas, 1% tidak puas dan 7% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
6. Pada sub indikator aroma *nutty* biji kopi robusta pada minuman es kopi susu terjangkau 30% menyatakan sangat puas, 45% puas, 18% kurang puas, 4% tidak puas dan 3% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
7. Pada sub indikator aroma gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau 35% menyatakan sangat puas, 45% puas, 16% kurang puas, 2% tidak puas dan 2% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
8. Pada sub indikator aroma susu pada minuman es kopi susu terjangkau 30% menyatakan sangat puas, 50% puas, 13% kurang puas, 6% tidak puas dan 1% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.

## Tekstur

**Tabel 4. Data Indikator Tekstur**

No	Pernyataan	Kriteria penilaian	n	(%)	kategori penilaian
11	Kekentalan susu pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	34	37	Lemah
		puas	39	43	Cukup
		kurang puas	14	16	Sangat Lemah
		tidak puas	3	3	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	1	1	Sangat Lemah

12	Kekentalan gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	29	32	Lemah
		puas	42	46	Cukup
		kurang puas	15	17	Sangat Lemah
		tidak puas	4	4	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	1	1	Sangat Lemah
13	Kekentalan kopi ( <i>espresso</i> ) pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	27	30	Lemah
		puas	43	47	Cukup
		kurang puas	19	21	Sangat Lemah
		tidak puas	1	1	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	1	1	Sangat Lemah
14	Keenceran es batu pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	23	26	Lemah
		puas	40	44	Cukup
		kurang puas	21	23	Sangat Lemah
		tidak puas	5	5	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	2	2	Sangat Lemah
15	Kehalusan ampas kopi pada minuman es kopi susu terjangkau	sangat puas	25	28	Lemah
		puas	43	47	Cukup
		kurang puas	12	13	Sangat Lemah
		tidak puas	8	9	Sangat Lemah
		sangat tidak puas	3	3	Sangat Lemah

Tabel 4. menunjukkan data indikator tekstur dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada sub indikator kekentalan susu pada minuman es kopi susu terjangkau 37% menyatakan sangat puas, 43% puas, 16% kurang puas, 3% tidak puas dan 1% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
2. Pada sub indikator kekentalan gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau 32% menyatakan sangat puas, 46% puas, 17% kurang puas, 4% tidak puas dan 1% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
3. Pada sub indikator kekentalan kopi (*espresso*) pada minuman es kopi susu terjangkau 30% menyatakan sangat puas, 47% puas, 21% kurang puas, 1% tidak puas dan 1% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
4. Pada sub indikator keenceran es batu pada minuman es kopi susu terjangkau 26% menyatakan sangat puas, 44% puas, 23% kurang puas, 5% tidak puas dan 2% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.
5. Pada sub indikator kehalusan ampas kopi pada minuman es kopi susu terjangkau 28% menyatakan sangat puas, 47% puas, 13% kurang puas, 9% tidak puas dan 3% sangat tidak puas. Artinya, bahwa kepuasan responden pada

tingkat sangat puas berada pada kategori lemah, perasaan puas berada pada kategori cukup, dan kurang puas sampai sangat tidak puas berada pada kategori sangat lemah.

## **Pembahasan**

### **Kepuasan konsumen pada pembelian minuman es kopi susu terjangkau di *café* semampire *house* Cilandak**

Data hasil penelitian terhadap 91 responden pada aspek kualitas produk dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* berisikan 15 pernyataan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada pembelian minuman es kopi susu terjangkau di *café* semampire *house* Cilandak dengan kriteria penilaian sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas. Masing-masing pembahasan akan dijelaskan sebagai berikut :

#### **Indikator Warna produk**

Pada indikator warna, terbagi menjadi dua sub indikator diantaranya warna minuman sebelum diaduk dan warna minuman sesudah diaduk. Berdasarkan data yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dilihat mayoritas responden (79%) merasa puas dengan warna minuman es kopi susu terjangkau sebelum diaduk dan berada pada kategori kuat. Terdapat (21%) responden yang kurang puas berada pada kategori lemah, hal ini bisa diakibatkan barista *café* belum konsisten dalam penyajian minuman es kopi susu terjangkau, yang distandarisasi apabila sebelum diaduk akan terlihat gradasi cokelat tua di bawah yang dihasilkan dari gula aren dan espresso serta warna putih susu di atasnya (Harry 2023). Hal ini jadi perhatian bagi barista dan pemilik *café* semampire untuk konsisten dalam penyajian minuman es kopi susu terjangkau, apakah akan disajikan dalam kondisi belum diaduk (ada gradasi warna) atau sudah diaduk (tidak ada gradasi warna).

Diketahui juga mayoritas responden (84%) merasa puas dengan tampilan warna minuman es kopi susu terjangkau setelah diaduk dan berada pada kategori sangat kuat, yang mana menghasilkan warna cokelat muda. Adapun (16%) responden menilai kurang puas dengan pernyataan tersebut, hal ini terjadi apabila responden cenderung tertarik dengan tampilan warna kopi yang cokelat pekat. Menurut Yuliandri (2024) warna minuman kopi susu yang paling umum ialah yang menghasilkan warna cokelat muda, dikarenakan penggunaan kopi (*espresso*) yang dicampur dengan susu, namun warna cokelat yang dihasilkan akan berbeda-beda tergantung rasio *espresso* yang dipakai, semakin banyak jumlah *espresso* dibandingkan penggunaan susu, maka warna yang dihasilkan akan semakin pekat. Dalam hal ini, pemilik *café* sudah melakukan standarisasi penyajian yang baik pada minuman kopi susu terjangkau, yang mana setelah di aduk akan menghasilkan warna cokelat muda.

#### **Indikator Cita Rasa produk**

Cita rasa produk yang umum memiliki 5 rasa dasar yaitu manis, pahit, asin, asam, dan gurih (umami), adapun aroma juga masuk kedalam indikator cita rasa. Pada penelitian ini sub indikator cita rasa produk diantaranya rasa manis, asam, pahit, gurih, dan aroma yang dihasilkan dari minuman es kopi susu terjangkau.

Melihat dari data yang ada, terdapat mayoritas responden (79%) merasa puas dengan rasa manis gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau dan berada pada kategori kuat, adapun (21%) responden merasa kurang puas pada kategori

lemah dengan standarisasi gula aren yang manis. Menurut Sae (2022) gula aren yang dihasilkan lebih manis dari gula kelapa dan cocok digunakan sebagai bahan penambah manis pada minuman kopi atau *boba tea*. Responden yang merasa kurang puas bisa disebabkan karena mereka tidak menyukai rasa manis. Hal ini bisa dilakukan oleh pemilik *café* dengan membuat penyesuaian tingkat kemanisan untuk minuman es kopi susu terjangkau. Sesuai dengan pendapat Frances dan Hidayat (2020), *Cafista Coffee* memiliki tingkat kemanisan untuk minuman kopi dan non kopi, yaitu *no sugar*, *normal sugar*, atau *less sugar*, hal ini dilakukan untuk menyesuaikan tingkat kemanisan konsumen pada produk minuman di *Cafista Coffee*.

Penggunaan biji kopi arabika pada minuman es kopi susu terjangkau menghasilkan rasa asam, mayoritas responden (76%) merasa puas dengan rasa asam biji kopi arabika dan berada pada kategori kuat, adapun (24%) responden kurang puas pada kategori lemah. Menurut Tri (2023) biji kopi arabika memiliki tingkat keasaman sedikit asam yaitu berada di level Ph 5 yang masih aman untuk dikonsumsi. Responden yang tidak puas bisa diakibatkan karena mereka lebih menyukai karakter kopi yang pahit dibandingkan asam. Hal ini bisa dilakukan oleh pemilik *café* dengan menginfokan jenis biji kopi apa yang dipakai pada minuman es kopi susu terjangkau.

Rasa pahit pada minuman es kopi susu terjangkau dihasilkan dari penggunaan biji kopi robusta, diketahui mayoritas responden (73%) merasa puas dengan rasa pahit biji kopi robusta yang disesuaikan dengan standar yaitu sedikit pahit dan berada pada kategori kuat. Terdapat (27%) responden yang kurang puas pada kategori lemah dengan rasa pahit yang dihasilkan. Menurut Yuliandri (2024) Rasa pahit yang dihasilkan biji kopi robusta pada minuman kopi susu gula aren akan berpadu dengan manisnya gula aren dan *creamy* susu, sehingga menciptakan rasa pahit yang tidak terlalu kuat atau sedikit pahit. Adapun responden yang merasa kurang puas bisa diakibatkan karena karena mereka lebih menyukai karakter kopi yang asam dibandingkan pahit.

Data di atas menjelaskan bahwa standar penggunaan *mix coffee bean* (arabika dan robusta) pada minuman es kopi susu terjangkau, mayoritas responden lebih puas dengan rasa asam biji kopi arabika dibandingkan rasa pahit yang dihasilkan pada biji kopi robusta. Hal ini sesuai dengan pendapat Fitriyah et al. (2021) yang menyatakan kopi arabika (*coffee arabica*) memiliki *flavor* dan cita rasa yang lebih disukai oleh konsumen dibandingkan dengan kopi robusta.

Rasa gurih atau umami pada minuman es kopi susu terjangkau dihasilkan dari penggunaan susu cair *full cream*, terdapat mayoritas (78%) responden merasa puas yang berada pada kategori kuat dengan rasa gurih pada minuman es kopi susu terjangkau yang dibuat standarisasinya sedikit gurih. Adapun (22%) responden merasa kurang puas pada kategori lemah. Hal ini bisa diakibatkan mereka merasa tidak puas dengan adanya rasa sedikit gurih yang dihasilkan pada minuman es kopi susu terjangkau. Menurut Mulato (2024) rasa umami pada minuman es kopi susu gula aren dihasilkan dari penggunaan susu, selain memberikan rasa gurih, susu cair juga berfungsi melemahkan rasa kopi pada minuman es kopi susu gula aren, sehingga terasa lebih ringan. Responden yang merasa kurang puas bisa diakibatkan mereka tidak menyukai rasa gurih pada susu.

Selain rasa dasar yang sudah dijelaskan sebelumnya, pada indikator cita rasa juga terdapat aroma. Aroma *fruity* pada minuman es kopi susu terjangkau dihasilkan dari biji kopi arabika, terdapat mayoritas (77%) responden merasa puas dan berada pada kategori kuat. Sebaliknya (23%) responden merasa kurang puas berada pada kategori lemah. Adapun untuk aroma *nutty* biji kopi robusta pada minuman es kopi susu terjangkau mayoritas (75%) responden merasa puas dan berada pada kategori kuat. Sedangkan (25%) responden merasa kurang puas berada pada kategori lemah. Berdasarkan data di atas, antara biji kopi arabika dan biji kopi robusta, menunjukkan mayoritas lebih puas dengan penggunaan biji kopi arabika baik dari segi rasa dan juga aroma. Hal ini sesuai dengan pendapat Fitriyah et al. (2021) yang menyatakan kopi arabika (*coffee arabica*) memiliki *flavor* dan cita rasa yang lebih disukai oleh konsumen dibandingkan dengan kopi robusta.

Penggunaan gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau juga menciptakan aroma yang khas dan otentik. Mayoritas responden (80%) merasa puas dengan aroma gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau dan berada pada kategori kuat, sebaliknya (20%) responden merasa kurang puas pada kategori lemah dengan aroma gula aren yang distandarisasi kuat. Menurut (Nurbaeti 2022) gula aren memiliki aroma manis khas yang menyerupai karamel atau gula bakar sehingga cocok digunakan pada minuman es kopi susu karena dapat menambah pengalaman yang berbeda dalam menikmati kopi. Sesuai dengan penelitian oleh Fatima et al. (2022) yang menyatakan bahwa penambahan gula semut aren berpengaruh sangat nyata terhadap nilai tingkat kesukaan aroma pada minuman kopi. Responden yang kurang puas bisa diakibatkan mereka kurang menyukai aroma dari gula aren yang terkadang tercium seperti gosong.

Cita rasa aroma yang terakhir yaitu aroma susu pada minuman es kopi susu terjangkau, mayoritas responden (80%) merasa puas dan berada pada kategori kuat dengan aroma susu, sebaliknya (20%) responden merasa kurang puas dengan pernyataan tersebut. Menurut Zulfianah et al, (2022) Susu cair memiliki aroma yang lembut, gurih, manis dan *creamy*. Aromanya berasal dari kandungan lemak dan gula alami (laktosa) dalam susu. Lemak susu juga dapat menyerap aroma dari bahan lain, sehingga ketika susu dicampur dengan kopi dan gula aren akan membantu menyeimbangkan aroma secara keseluruhan pada minuman es kopi susu gula aren. Adapun responden yang kurang puas bisa diakibatkan karena mereka lebih menyukai aroma kopi yang lebih kuat.

#### **Indikator Tekstur Produk**

Pada indikator tekstur minuman es kopi susu terjangkau, terdapat beberapa sub indikator diantaranya, kekentalan, keenceran dan kehalusan. Dalam sub indikator kekentalan, mayoritas responden (80%) merasa puas dan berada pada kategori kuat dengan standarisasi tektur susu yang sedikit kental pada minuman es kopi susu terjangkau, adapun (20%) merasa kurang puas dan berada pada kategori lemah, hal ini bisa disebabkan responden merasa tekstur susu yang sedikit kental menciptakan rasa minuman yang *creamy* dan kurang terasa kopinya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fisdiana et al. (2021) menyatakan bahwa penambahan susu *full cream* membuat rasa minuman kopi menjadi lebih *creamy*.

Kekentalan pada gula aren juga mayoritas (78%) responden merasa puas dan berada pada kategori kuat dengan standarisasi tektur sedikit kental gula aren pada minuman es kopi susu terjangkau, adapun (22%) merasa tidak puas dengan

pernyataan tersebut dan berada pada kategori lemah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fatima et al. (2022) menyatakan rata-rata panelis sangat menyukai kopi dengan penambahan perasa gula semut aren yang lebih banyak. Hal ini menjelaskan semakin banyak dan kental pemanis gula aren yang digunakan, maka konsumen semakin puas.

Kekentalan *espresso* kopi pada minuman es kopi susu terjangkau, mayoritas responden (77%) merasa sudah puas dan berada pada kategori kuat dengan standarisasi tekstur *espresso* yang sedikit kental, tetapi (23%) responden merasa kurang puas pada kategori lemah. Menurut Yuliandri (2024) standarisasi *espresso* untuk minuman kopi susu gula aren yaitu *single shot* yang memiliki tekstur sedikit kental, tetapi bisa disesuaikan menjadi *double shot* dengan tekstur yang lebih kental tergantung dengan selera penikmatnya.

Tekstur keenceran pada minuman kopi juga perlu diperhatikan. Mayoritas responden (70%) merasa puas dan berada pada kategori kuat, sedangkan (30%) merasa kurang puas dengan tekstur keenceran es batu yang distandarisasi cair dan berada pada kategori lemah. Umumnya dikarenakan tekstur es batu yang cair akan membuat rasa minuman kopi menjadi *watery*. Hal ini bisa dilakukan oleh pemilik *café* dengan mengganti ukuran es batu yang lebih besar. Menurut Artikel Honest & Rare (2024) menjelaskan es batu yang besar akan mencair secara perlahan, sehingga minuman tetap dingin dalam jangka waktu lama dan tidak cepat encer atau cair.

Pada tekstur kehalusan ampas kopi minuman es kopi susu terjangkau, mayoritas responden (75%) merasa puas dan berada pada kategori kuat dengan standarisasi tekstur ampas yang sangat halus. Tetapi masih ada (25%) responden yang kurang puas dan berada pada kategori lemah. Menurut Fitriyah et al., (2021) kehalusan minuman kopi merujuk pada tingkat kelembutan tekstur yang dirasakan oleh indera perasa saat mengonsumsi kopi, hal ini mencakup ketiadaan partikel kasar (sangat halus) endapan ampas yang dapat mengganggu dalam menikmati minuman kopi. Responden yang kurang puas, bisa diakibatkan karena mereka lebih menyukai kopi dengan tekstur yang masih ada partikel ampasnya seperti kopi tubruk.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan konsumen pada kualitas minuman “es kopi susu terjangkau” di *Café Semampire House Cilandak* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada indikator warna berada pada kategori kuat hingga sangat kuat sebanyak (79%-84%), yang artinya konsumen sudah merasa puas dengan warna minuman es kopi susu terjangkau baik sebelum diaduk maupun sesudah diaduk.
2. Indikator cita rasa berada pada kategori kuat sebanyak (73%-80%), sehingga diketahui konsumen sudah merasa puas dengan cita rasa yang meliputi rasa manis, asam, pahit, umami dan aroma minuman es kopi susu terjangkau.
3. Adapun indikator tekstur berada pada kategori kuat sebanyak (70%-80%), yang artinya konsumen sudah merasa puas dengan tekstur yang meliputi kekentalan, keenceran dan kehalusan minuman es kopi susu terjangkau.
4. Analisis kepuasan konsumen pada kualitas minuman es kopi susu terjangkau yang diukur pada semua indikator mayoritas responden merasa puas masuk

kedalam kategori kuat, sehingga kualitas minuman es kopi susu terjangkau sudah sesuai dengan harapan mereka.

## SARAN

Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen pada kualitas produk minuman es kopi susu terjangkau di *café* semampire *house* Cilandak, disarankan kepada pemilik *café* untuk meningkatkan konsistensi penyajian pada indikator warna produk, memberikan informasi terkait karakteristik rasa dari campuran biji kopi arabika dan robusta pada buku menu, serta mempertimbangkan untuk penggunaan es batu berukuran lebih besar guna menjaga kualitas tekstur minuman. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai penelitian selanjutnya untuk menggunakan indikator atau variabel yang belum diteliti seperti pelayanan, harga, kemudahan akses dan *atmosphere café*, serta melakukan analisis kepuasan konsumen pada produk minuman lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhythia, N. L. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan*.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan Umkm Di Kota Metro (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 2022.
- Diwangkoro, E. (2017). Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan Di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 6(2), 1–8.
- Fatima, S., Masriani, Abdullah, & Nuraeni. (2022). Pengaruh Pemberian Gula Semut Aren Pada Kopi Robusta (*Coffea Canephora*) Terhadap Uji Organoleptik. *Jurnal Pengolahan Pangan*, 7(2), 51–55. <https://doi.org/10.31970/pangan.v7i2.67>
- Fisdiana, U., Anggriani, R. A., Hariyanto, B., & Hasanah, F. (2021). *Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Produk Sirup Kopi dengan Penambahan Susu Full Cream*. 197–206. <https://doi.org/10.25047/agropross.2021.222>
- Fitriyah, Andi Tenri. Dody Kape. Baharuddin, dan R. R. U. (2021). Analisis Mutu Organoleptik Kopi Bubuk Arabika (*Coffea arabica*) Bittuang Toraja. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*, 16, 72–82.
- Fitriyah, A. T., Kape, D., Baharuddin, & Utami, R. R. (2021). Analisis Mutu Organoleptik Kopi Bubuk Arabika (*Coffea arabica*) Bittuang Toraja Organoleptic Quality Analysis of Bittuang Toraja Arabica Coffee (*Coffea arabica*) Powder. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*, 16(1), 72–82.
- Frances, O., & Hidayat, H. (2020). Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia tahun. *Ejournal.Atmajaya, Vol 12 No 1 (2020): Prosiding Working Papers Series In Management*, 19–36.
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 13(2), 153–172. <https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>
- Indonesia, T. (2020). Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia. *Toffin Insight*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Panggabean, E. (2011). *Buku Pintar Kopi* (Cetakan Pe). PT Agro Media Pustaka.
- Rahardjo, P. (2012). *KOPI (Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta)*. Penebar Swadaya.
- Ritonga, A., Munawar, A. A., & Nasution, I. S. (2024). *Tiga Varietas Unggul Kopi Arabika Gayo Dan Proses Pengolahannya Di Dataran Tinggi Gayo*. 8(November), 437–445.
- Suwarno, A. P. dan B. (2024). Fenomena Kopi Susu Gula Aren. *Radio Republik Indonesia*.