



Analysis of Service Quality at Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang Using the Service Quality (Servqual) Method

Debry F. Pingakh^{1*}, Semlinda Juszandri Bulan²

^{1,3}Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Komputer (STIKOM) Uyelindo Kupang

^{2,3}Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Komputer (STIKOM) Uyelindo Kupang

Email author: debryfitriyani5182@gmail.com

Email author: semlinda@yahoo.com

Article Info

Article history:

Received October 31, 2025

Revised November 10, 2025

Accepted November 19, 2025

Keywords:

Customer Satisfaction

Maxx Coffee

Service Quality

Customer Perception

Gap Analysis

Coffee Shop Industry

ABSTRACT

Service quality is an essential factor that influences customer satisfaction and loyalty, especially in service-oriented businesses such as coffee shops. Increasing competition in the coffee industry requires every company to provide excellent service in order to retain existing customers and attract new ones. This study aims to analyze the service quality at Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang using the Service Quality (SERVQUAL) method, which includes five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were collected through a questionnaire distributed to customers and analyzed using gap analysis to compare customer expectations and perceptions of the services received. The results show that four dimensions-tangibles, reliability, responsiveness, and assurance-have negative gap values, while the empathy dimension has a positive gap value of 0.07. Overall, the service quality value ($Q > 1$) indicates that the services provided by Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang are considered good, although improvements in physical appearance, service speed, and reliability are still needed to further enhance customer satisfaction.

Corresponding Author:

Debry F. Pingakh,

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika (STIKOM) Uyelindo Kupang

Jl. Perintis Kemerdekaan I, Kayu Putih, Oebobo, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

Email: debryfitriyani5182@gmail.com



1. INTRODUCTION

[1] menyebutkan bahwa kopi merupakan tanaman dari perkebunan yang mempunyai nilai ekonomis yang baik di antara perkebunan lainnya. Seiring terjadi perubahan jaman seperti saat sekarang ini tak diragukan lagi bahwa kebutuhan semakin meningkat di iringi perubahan dalam cara berfikir yang sudah berkembang secara global dan modern [2]. Hal ini dapat dilihat kemudian didorong dari penerapan gaya hidup manusia pada saat sekarang, yaitu dimana lebih cenderung tertarik untuk makan, minum di cafe dan berkumpul disana. Kopi merupakan salah satu minuman yang populer di Indonesia. Hal ini tentu menjadi pendorong untuk dikosumsi di dalam negeri serta menjadi pendorong pebisnis untuk membuka usaha coffee shop.

Demi menunjang keberhasilan perlu adanya kenyamanan bagi konsumen dengan memperhatikan produk serta layanan yang diberikan apakah baik atau buruk, karena hal ini sangat mempengaruhi pada tingkat kepuasan konsumen. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari pencapaian dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Seorang konsumen akan merasa puas jika kebutuhannya terpenuhi. Sehingga kepuasan konsumen menjadi hal utama perusahaan untuk tetap mampu bersaing dalam dunia industri. Pada industri jasa, perusahaan akan mengidentifikasi kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen dalam hal ini memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga layanan secara optimal pada konsumen yang menggunakan jasa harus dilakukan oleh perusahaan [3].

Salah satu kedai kopi yang hadir dan berkembang di Kupang adalah Maxx Coffee yang berlokasi di Lippo Plaza Kupang. Maxx Coffee menawarkan pengalaman menikmati kopi berkualitas dengan konsep tempat yang nyaman dan pelayanan profesional. Namun, dalam industri jasa, kepuasan pelanggan menjadi aspek penting yang menentukan loyalitas dan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan Maxx Coffee. Salah satu kedai kopi yang tidak asing bagi masyarakat adalah Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang. Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang adalah salah satu cabang kedai kopi lokal yang didirikan oleh Lippo Group sejak Mei 2015.

Meskipun telah memperoleh popularitas di kalangan pecinta kopi di Kota Kupang, Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang masih menghadapi beberapa permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan layanan dan pengalaman pelanggan. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah persepsi harga yang dianggap mahal. Hal ini disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman sebagian masyarakat Kota Kupang terhadap jenis-jenis kopi, cita rasa, serta kualitas kopi yang disajikan, sehingga menimbulkan anggapan bahwa harga kopi di Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang tidak sebanding dengan nilai yang diterima dan masyarakat Kota Kupang masih belum terbiasa dengan sistem self service, sehingga ketika pelanggan melakukan pemesanan dan namanya dipanggil untuk mengambil pesanan, beberapa pelanggan merasa tidak nyaman atau bahkan marah karena mengharapkan pesanan diantarkan langsung seperti yang biasa pelanggan alami di tempat lain. Hal ini menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh Maxx Coffee untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan, maka dilakukan analisis kualitas layanan menggunakan metode Servqual pada Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang. Penelitian ini menggunakan metode Service Quality atau Servqual.

Metode Servqual adalah suatu metode pengukuran kepuasan pelanggan dengan menggunakan pilihan skala yang ringkas tetapi memiliki tingkat kepercayaan dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui tingkat persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan [4]. Metode Servqual digunakan untuk penelitian ini karena mudah dipahami. Penelitian terbaru menunjukkan pentingnya penerapan metode Servqual dalam menganalisis kepuasan pelanggan di sektor kedai kopi. [5], dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dengan menggunakan metode Servqual, dapat diidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan perbaikan yang tepat sasaran. Metode Servqual dapat membantu mengidentifikasi atribut layanan yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan, berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Metode Servqual digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen ditinjau dari kinerja perusahaan terhadap harapan konsumen dengan menggunakan analisis Gap. Untuk mengukur tingkat kepuasan secara akurat, penelitian ini akan menggunakan model Servqual dengan pendekatan Gap, yang mengukur selisih antara harapan pelanggan terhadap layanan ideal dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan pada kedai kopi Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang berdasarkan pengukuran metode Service Quality (Servqual) sehingga Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang dapat meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah memberikan solusi yang tepat bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan berdasarkan lima dimensi Servqual, sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga dan loyalitas pelanggan terhadap Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang dapat ditingkatkan secara optimal.

2. METHOD

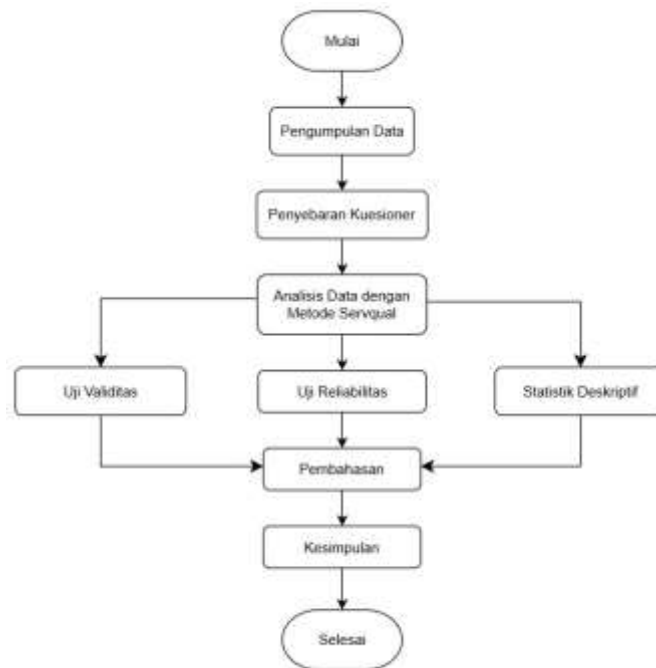


Figure 1. Prosedur Penelitian

Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan pada prosedur penelitian:

1. Pengumpulan Data
Pengumpulan data merupakan tahapan awal yang dilakukan penulis dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan agar penulis bisa mendapatkan informasi yang akurat dan yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Tahapan ini dirancang berdasarkan rumusan masalah yang merupakan latar belakang masalah.
2. Penyebaran Kuesioner
Setelah melakukan pendalaman teori-teori, kemudian penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan pada Kedai Kopi Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang. Pernyataan-pernyataan yang diajukan berdasarkan dari dimensi pengukuran kualitas layanan dalam metode Servqual, dengan penilaian yang digunakan adalah skala likert.
3. Analisis Data
Tahapan selanjutnya setelah penyebaran kuesioner adalah melakukan analisis data terhadap hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan software SPSS. Pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dan statistik deskriptif.
4. Pembahasan
Langkah selanjutnya adalah melakukan pembahasan terhadap hasil-hasil yang diperoleh dalam analisis dan pengujian data.
5. Kesimpulan
Langkah selanjutnya adalah berdasarkan hasil pembahasan, dapat ditarik kesimpulan terhadap kualitas kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diadopsi dari [6] dan [7]. Berikut hasil identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

No	Dimensi (variabel)	Indikator	Sumber
1.	<i>Reliability</i> (keandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dalam kualitas minuman 2. Kesesuaian menu yang disajikan terhadap pesanan 3. Kecepatan minuman yang dipesan 4. Proses pemesanan mudah 5. Pelayanan pelanggan tepat waktu 	[6]
2.	<i>Assurance</i> (jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dalam pembayaran 2. Barista menguasai informasi produk 3. Memiliki barista yang ramah dan sopan 4. Memberikan rasa aman dalam bertransaksi 5. Barista mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan jelas 	[6]
3.	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kedai kopi memiliki peralatan yang modern 2. Fasilitas fisik/interior Kedai Kopi terlihat menarik 3. Ketersediaan fasilitas penunjang (<i>toilet, washtafel, musik, wifi, tempat sampah</i>) 4. Barista Kedai Kopi berpenampilan rapi 5. Kedai Kopi memiliki tempat yang nyaman dan luas 	[7]
4.	<i>Empathy</i> (empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barista Kedai Kopi memberikan perhatian kepada setiap konsumen 2. Bahasa dan ucapan Barista Kedai Kopi dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami 3. Barista Kedai Kopi mengutamakan kepentingan pelanggan dengan sungguh – sungguh 4. Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan 5. Kedai Kopi memahami kebutuhan konsumen dengan baik 	[7]
5.	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan pelayanan yang dilayani 2. Ketanggapan barista saat menerima keluhan pelanggan 3. Kesiapan membantu pelanggan setiap saat 4. Kecepatan barista Kedai Kopi dalam menangani transaksi 5. Ketanggapan barista Kedai Kopi dalam membantu pelanggan 	[6] dan [7]

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung dan menikmati layanan di Kedai Kopi Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang. Karena jumlah pelanggan tidak diketahui secara pasti dan bersifat tidak tetap (berubah-ubah setiap harinya), maka metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Dalam hal ini, sampel adalah pelanggan yang sedang berada di

Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang dan bersedia mengisi kuesioner saat penelitian dilakukan. Berikut rumus penentuan sampel:

$$n = Z^2 \times P (1 - P) / e^2$$

Keterangan:

- n = jumlah sample yang dicari
 z = skor z pada kepercayaan 95% = 1.96
 p = focus kasus/maksimal estimasi = 0.5
 e = alpha (0.10) atau sampling error 10%

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak $96.04 \approx 96$ orang. Pernyataan pada kuesioner yang akan disebarakan kepada responden, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Penelitian

No	Dimensi Servqual	Variabel Pernyataan
1.	<i>Reliability</i> (keandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas minuman yang dipesan 2. Menu yang disajikan sesuai dengan yang dipesankan oleh pelanggan 3. Pesanan yang dipesan disajikan tepat waktu 4. Barista dapat melayani pelanggan dengan tepat 5. Proses pemesanan yang mudah
2.	<i>Assurance</i> (jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pembayaran dilakukan dengan mudah oleh pelanggan 2. Para barista menguasai area kerjanya khususnya terkait produk yang dihasilkan (jenis kopi yang tersedia pada kedai kopi) 3. Pelanggan merasa aman sewaktu berinteraksi dengan para karyawan 4. Para barista bersikap sopan dan ramah 5. Ketersediaan dan Keamanan parkir kendaraan
3.	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Max coffee memiliki tempat parkir yang luas dan aman 2. Max coffee memiliki interior dan dekorasi yang menarik 3. Max Coffee memiliki fasilitas penunjang seperti toilet, live music, wifi, wastafel, dan tempat sampah. 4. Max Coffee menyediakan tempat duduk yang dapat memuat atau menampung semua pelanggan yang datang 5. Barista berpenampilan rapi, bersih dan profesional
4.	<i>Empathy</i> (empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barista selalu mengutamakan kepentingan konsumen 2. Barista menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami dalam memberikan pelayanan 3. Dalam memberikan penjelasan kepada pelanggan, barista menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami 4. Barista mendengarkan dan menerima keluhan pelanggan 6. Keramahan Barista dalam memberikan perhatian kepada pelanggan.
5.	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barista merespon permintaan pelanggan dengan cepat 2. Barista menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan dengan baik 3. Barista menyampaikan Informasi tentang promo, diskon, dan pembayaran secara jelas 4. Barista bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan 7. Barista cepat merespon ketika dipanggil

3. RESULT DAN ANALISIS

3.1. Profil Responden

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan metode slovin, diperoleh target sampel sebanyak 143 pelanggan. Data diambil dari bulan Agustus-September dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang secara online. Penyebaran kuesioner kepada pelanggan tersebut terdapat 4 penggolongan karakteristik yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Penggolongan karakteristik pelanggan berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut:

Tabel 3. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Σ Responden Mengisi	Persentase (%)
Laki-Laki	59	41,3
Perempuan	84	58,7
Total Responden	143	100

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 59 Orang (41,3%) dan jumlah responden perempuan sebanyak 84 orang (58,7%).

b. Usia

Penggolongan karakteristik pelanggan berdasarkan usia, sebagai berikut:

Tabel 4. Usia

Usia	Σ Responden Mengisi	Persentase (%)
< 20 Tahun	11	8
21 – 30 Tahun	116	81
> 30 Tahun	16	11
Total Responden	143	100

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa jumlah responden yang mengunjungi Maxx Coffee Lippo Plaza dengan rentang usia < 20 tahun sebanyak 11 Orang (8%), rentang usia 21 – 30 tahun sebanyak 116 (81%) dan rentang usia > 30 tahun sebanyak 16 orang (11%).

c. Frekuensi Kunjungan

Penggolongan karakteristik pelanggan berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagai berikut:

Tabel 5. Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Σ Responden Mengisi	Persentase (%)
1-3 kali	85	59,4
4-5 kali	29	20,3
> 5 kali	29	20,3
Total Responden	143	100

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa jumlah responden yang mengunjungi Maxx Coffee Lippo Plaza dengan rentang kunjungan 1-3 kali sebanyak 85 Orang (59,4%), rentang kunjungan 4-5 kali sebanyak 29 orang (20,3%) dan rentang kunjungan > 5 kali sebanyak 29 orang (20,3%).

d. Pekerjaan

Penggolongan karakteristik pelanggan berdasarkan pekerjaan, sebagai berikut:

Tabel 6. Pekerjaan

Pekerjaan	Σ Responden Mengisi	Persentase (%)
PNS	5	3,5
Dosen	1	0,7
Guru	14	9,8
Karyawan Swasta	37	25,9
Wiraswasta	14	9,8
Mahasiswa	44	30,8
Lain-lain	24	16,8
Belum Bekerja	4	2,8
Total Responden	143	100

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa jumlah responden yang mengunjungi Maxx Coffee Lippo Plaza berdasarkan jenis pekerjaan untuk pekerjaan PNS sebanyak 5 Orang (3,5%), pekerjaan Dosen sebanyak 1 orang (0,7%), pekerjaan Guru sebanyak 14 orang (9,8%), pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 37 orang (25,9%), pekerjaan wiraswasta sebanyak 14 orang (9,8%), pekerjaan mahasiswa sebanyak 44 orang (30,8%), pekerjaan lain-lain sebanyak 24 orang (16,8) dan belum bekerja sebanyak 4 orang (2,8%).

3.2. Analisis Data

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dianalisis menggunakan metode Servqual. Analisis dilakukan dengan membandingkan harapan (expectation) dan persepsi (perception) pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan sebuah kuesioner, dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item angket Valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item angket Tidak Valid.

Berdasarkan jumlah responden sebanyak 143 ($df = n - 2$) dan signifikansi 5%, maka nilai r_{hitung} diperoleh 0.1642. Berdasarkan olahan data uji validitas SPSS per dimensi, berikut direkap dalam Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	R_{hitung}		R_{tabel}	Status
		Harapan	Persepsi		
Reliability (keandalan)					
1	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas minuman yang dipesan	0,893	0,897	0,1642	Valid
2	Menu yang disajikan sesuai dengan yang dipesankan oleh pelanggan	0,942	0,967		Valid
3	Pesanan yang dipesan disajikan tepat waktu	0,949	0,948		Valid
4	Barista dapat melayani pelanggan dengan tepat	0,959	0,960		Valid

5	Proses pemesanan yang mudah	0,948	0,953		Valid
Assurance (jaminan)					
1	Proses pembayaran dilakukan dengan mudah oleh pelanggan	0,967	0,960	0,1642	Valid
2	Para barista menguasai area kerjanya khususnya terkait produk yang dihasilkan (jenis kopi yang tersedia pada kedai kopi)	0,956	0,958		Valid
3	Pelanggan merasa aman sewaktu berinteraksi dengan para karyawan	0,966	0,956		Valid
4	Para barista bersikap sopan dan ramah	0,963	0,965		Valid
5	Ketersediaan dan Keamanan parkir kendaraan	0,913	0,939		Valid
Tangibles (bukti fisik)					
1	Max coffee memiliki tempat parkir yang luas dan aman	0,850	0,870	0,1642	Valid
2	Max coffee memiliki interior dan dekorasi yang menarik	0,935	0,943		Valid
3	Max Coffee memiliki fasilitas penunjang seperti toilet, live music, wifi, wastafel, tempat sampah.	0,906	0,916		Valid
4	Max Coffee menyediakan tempat duduk yang dapat memuat atau menampung semua pelanggan yang datang	0,911	0,927		Valid
5	Barista berpenampilan rapi, bersih dan profesional	0,884	0,871		Valid
Empathy (empati)					
1	Barista selalu mengutamakan kepentingan konsumen	0,962	0,972	0,1642	Valid
2	Barista menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami dalam memberikan pelayanan	0,982	0,966		Valid
3	Dalam memberikan penjelasan kepada pelanggan, karyawan menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami	0,980	0,976		Valid
4	Barista mendengarkan dan menerima keluhan pelanggan	0,971	0,958		Valid
5	Keramahan barista dalam memberikan perhatian kepada pelanggan	0,973	0,971		Valid

Responsiveness (daya tanggap)					
1	Barista merespon permintaan pelanggan dengan cepat	0,958	0,943	0,1642	Valid
2	Barista menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan dengan baik	0,956	0,965		Valid
3	Barista menyampaikan Informasi tentang promo, diskon, dan pembayaran secara jelas	0,956	0,955		Valid
4	Barista bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	0,963	0,972		Valid
5	Barista cepat merespon ketika dipanggil	0,974	0,959		Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 7, terlihat semua pernyataan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan untuk semua pernyataan $(0,000) < 0,05$ dan nilai rhitung $>$ rtabel $(0,1642)$.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas yang menghasilkan semua butir adalah valid, selanjutnya adalah dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran konsisten dan dapat diandalkan, dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 maka kuesioner dinyatakan Reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,60 maka kuesioner dinyatakan Tidak Reliabel atau tidak konsisten.

Berdasarkan olahan data uji reliabilitas SPSS, berikut direkap dalam Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama	Cronbach'2 Alpha	Status
1	Harapan	0,992	Reliabel
2	Persepsi	0,991	Reliabel

Berdasarkan hasil olahan data uji reliabilitas di atas, terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.60 sehingga semua pernyataan yang digunakan dinyatakan reliabel atau memenuhi syarat.

3.2.3. Servqual

Terdapat 5 dimensi pada metode *Servqual* yaitu *Tangibles*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empathy*. Berdasarkan hasil pengolahan data secara keseluruhan, diperoleh hasil *gap* skor setiap atribut, sebagai berikut:

Tabel 9. Perhitungan *Gap* Per atribut

No.	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap (P-H)
Dimensi Reliability (keandalan)				
1	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas minuman yang dipesan	3,77	3,82	-0,05
2	Menu yang disajikan sesuai dengan yang dipesankan oleh pelanggan	3,94	3,92	0,03
3	Pesanan yang dipesan disajikan tepat waktu	3,84	3,85	-0,01
4	Barista dapat melayani pelanggan dengan tepat	3,91	3,93	-0,02
5	Proses pemesanan yang mudah	3,86	3,88	-0,02
Dimensi Assurance (jaminan)				

1	Proses pembayaran dilakukan dengan mudah oleh pelanggan	3,92	3,96	-0,04
2	Para barista menguasai area kerjanya khususnya terkait produk yang dihasilkan (jenis kopi yang tersedia pada kedai kopi)	3,88	3,93	-0,05
3	Pelanggan merasa aman sewaktu berinteraksi dengan para karyawan	3,93	3,90	0,03
4	Para barista bersikap sopan dan ramah	3,92	4,89	0,03
5	Ketersediaan dan Keamanan parkir kendaraan	3,78	3,83	-0,04
Dimensi Tangibles (bukti fisik)				
1	Max coffee memiliki tempat parkir yang luas dan aman	3,79	3,82	-0,03
2	Max coffee memiliki interior dan dekorasi yang menarik	3,90	3,95	-0,06
3	Max Coffee memiliki fasilitas penunjang seperti toilet, live music, wifi, wastafel, tempat sampah.	3,76	3,88	-0,12
4	Max Coffee menyediakan tempat duduk yang dapat memuat atau menampung semua pelanggan yang dating	3,88	3,99	-0,10
5	Barista berpenampilan rapi, bersih dan professional	4,22	4,26	-0,03
Dimensi Empathy (empati)				
1	Barista selalu mengutamakan kepentingan konsumen	4	3,96	0
2	Barista menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami dalam memberikan pelayanan	3,92	3,87	0,04
3	Dalam memberikan penjelasan kepada pelanggan, karyawan menggunakan Bahasa dan ucapan yang mudah dipahami	3,94	3,93	0,01
4	Barista mendengarkan dan menerima keluhan pelanggan	3,98	3,96	0,02
5	Keramahan barista dalam memberikan perhatian kepada pelanggan	3,94	3,84	0,01
Dimensi Responsiveness (daya tanggap)				
1	Barista merespon permintaan pelanggan dengan cepat	3,90	3,90	0
2	Barista menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan dengan baik	3,90	3,92	-0,02
3	Barista menyampaikan Informasi tentang promo, diskon, dan pembayaran secara jelas	3,92	3,94	-0,03
4	Barista bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	3,85	3,89	-0,04
5	Barista cepat merespon ketika dipanggil	3,94	3,94	0,01
Rata-Rata		3,90	3,92	

Untuk menganalisis kualitas layanan, maka diperlukan sebuah rumus sebagai berikut:

$$Kualitas (Q) = \frac{Persepsi (P)}{Harapan (H)} =$$

Jika kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik. Berdasarkan hasil perhitungan GAP per dimensi kualitas layanan, sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Perhitungan Fgap antar Dimensi

No.	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap (P-H)	Q = P/H
1	<i>Reliability</i> (keandalan)	3,86	3,88	-0,02	0,99
2	<i>Assurance</i> (jaminan)	3,89	3,90	-0,01	1
3	<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	3,91	3,98	-0,07	0,98
4	<i>Empathy</i> (empati)	4	3,93	0,07	1,02
5	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	3,90	3,92	-0,02	0,99
Rata-Rata		3,91	3,92	-0,01	1

Berdasarkan Tabel 10 hasil perhitungan nilai kualitas layanan (Q) pada Maxx Coffee < 1 , maka kualitas layanannya masih kurang baik

3.2.4. Pembahasan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil pengolahan data *Servqual*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Jika nilai *gap* positif, maka layanan yang diberikan sudah sangat memuaskan
- Jika nilai *gap* nol, maka layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan
- Jika nilai *gap* *negative*, maka layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Berikut hasil pengolahan data dengan metode *Servqual*:

- Dimensi *Tangible* (bukti fisik)
Dimensi *Tangible* merupakan sebuah dimensi yang berupa fasilitas-fasilitas yang dapat dirasakan dan digunakan oleh pelanggan secara langsung. Berdasarkan hasil perhitungan *gap* yang didapatkan untuk dimensi *Tangible* mendapatkan hasil *gap* sebesar -0,07 Didapatkan dari selisih antara rata-rata nilai persepsi 3,91 dan nilai harapan 3,98.
Berdasarkan hasil *gap* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa layanan pada dimensi *tangible* yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
- Dimensi *Reliability* (kehandalan)
Dimensi *Reliability* merupakan cara untuk memberikan pelayanan dengan cepat serta handal dan hasil *gap* yang didapatkan sebesar -0,02 didapatkan dari selisih antara nilai rata-rata nilai persepsi 3,86 serta nilai harapan 3,88.
Berdasarkan hasil *gap* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa layanan pada dimensi *reliability* yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
- Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap)
Dimensi *Responsiveness* merupakan cara atau keinginan untuk dapat membantu pelanggan. Pada dimensi ini hasil *gap* yang didapatkan sebesar -0,02 didapatkan dari selisih antara rata-rata nilai persepsi 3,90 dan nilai harapan 3,92.
Berdasarkan hasil *gap* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa layanan pada dimensi *responsiveness* yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
- Dimensi *Assurance* (jaminan)
Dimensi *Assurance* merupakan jaminan atau keamanan yang dirasakan oleh pelanggan. Pada dimensi ini hasil *gap* yang didapatkan sebesar -0,01 didapatkan dari selisih antara rata-rata nilai persepsi sebesar 3,89 dan nilai harapan sebesar 3,90.
Berdasarkan hasil *gap* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa layanan pada dimensi *assurance* yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
- Dimensi *Empathy* (empati)

Dimensi *Empathy* merupakan kepedulian yang dilakukan oleh Maxx Coffee kepada pelanggan. Pada dimensi ini hasil *gap* yang didapatkan sebesar 0,07 didapatkan dari selisih antara rata-rata nilai persepsi 4 dan nilai harapan 3,93. Berdasarkan hasil *gap* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa layanan pada dimensi *empathy* yang diberikan sudah sangat memuaskan harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan *Servqual* dari semua atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar ialah pada dimensi *Tangibles* (bukti fisik) dengan hasil *gap* -0,07 dan untuk dimensi dengan nilai *gap* terkecil adalah *Empathy* (empati) dengan hasil *gap* 0,07. Pada hasil perhitungan kualitas pelayanan pada Maxx Coffee = 1 yang berarti $Q > 1$, maka kualitas pelayanan pada Kedai Kopi Maxx Coffee Lippo Plaza masih baik.

4. DISCUSSION/CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kualitas layanan pada Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang dengan menggunakan metode *Servqual*, dapat disimpulkan bahwa secara umum masih terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen. Beberapa permasalahan yang ditemukan adalah persepsi harga yang dianggap mahal dan ketidaknyamanan pelanggan terhadap sistem self service. Namun, Maxx Coffee tetap memiliki potensi besar untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan pada dimensi *Servqual*, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan agar Maxx Coffee Lippo Plaza Kupang mampu menjaga kepuasan konsumen, meningkatkan loyalitas, serta tetap bersaing di industri kedai kopi.

REFERENCES

- Affifudin, A., Nurhayati, dan Rahmawati, D. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual pada Industri Jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 5(2), 101–112.
Terdapat pada:
<https://media.neliti.com/media/publications/292577-pengukuran-kualitas-pelayanan-servqual-p-efe697b1.pdf>.
- Amelia, S., dan Binawati, E. 2024. Determinasi Pengetahuan Perpajakan, Tarif Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Optimal*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 9(2), 81–98. Terdapat pada:
<https://jurnal.stieieu.ac.id/index.php/opt/article/view/297>.
- Anggarini, D. R., dan Permatasari, B. 2020. Impluse Buying oleh Promosi Buy Get 1 pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 6(2), 27-36. Terdapat pada:
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jurnalbisnis/article/view/2061>.
- Anindita, E. 2022. Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Svarga Coffee and Eatery dengan Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (IPA) dan Service Blueprint. TUGAS AKHIR. Yogyakarta (ID): Universitas Islam Indonesia: Program Studi Teknik Infomatika.
- Apriyanto, T., dan Fatah, A. 2021. Integrasi Servqual, Kano dan QFD dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Sekolah Tinggi XYZ. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 10(20), 131-144. Terdapat pada:
<https://journal.unpar.ac.id/index.php/jrsi/article/view/4252/3561>.
- Fadilah, M. R., dan Handrianto, Y. 2023. Analysis of Employee Satisfaction with Helpdesk Websites using Service Quality in Construction Companies. *Information Technology and Systems*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 1(1), 12–25. Terdapat pada:
<https://doi.org/10.58777/its.v1i1.91>.
- Fauziah, F., dan Karhab, R. S. 2019. Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS pada Mahasiswa. *Jurnal Pesut : Pengabdian Untuk Kesejahteraan Umat*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 1(2), 129-136. Terdapat pada:
<https://dspace.umkt.ac.id/bitstream/handle/463.2017/3124/Jurnal%20SPSS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Febiola, F. A., dan Samanhudi, D. 2022. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Halodoc dengan Menggunakan Metode SERVQUAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 6(2), 588-599. Terdapat pada:
<https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2056>.
- Hariputra, R. P., Defit, S., dan Sumijan. 2022. Analisis Sistem Antrian dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Menggunakan Metode Accidental Sampling. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 14(5), 70–75. Terdapat pada:
<https://jsisfotek.org/index.php/JSisfotek/article/view/127>.
- Janna, N. M., dan Herianto 2020. Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. [Internet]. [diakses pada 20 Juli 2025]. 8(2), 123-130. Terdapat pada:
<https://osf.io/preprints/osf/v9j52>.
- Jufriyanto, M. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. [Internet]. [diakses pada 20 Juli 2025]. 20(2), 79-90. Terdapat pada:
<https://journal.umg.ac.id/index.php/matriks/article/view/1131>.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., dan Budiantono, B. 2023. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 2(3), 727–737. Terdapat pada:
<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/375>.
- McFarland, D. C., Shen, M. J., Parker, P., Meyerson, S., dan Holcombe, R. F. 2017. Does Hospital Size Affect Patient Satisfaction? *Quality Management in Health Care*. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 26(4), 205–209. Terdapat pada:
<https://journals.lww.com/qmhcjournal/toc/2017/10000>
- Murdianto, Y., Rochmawati, R. I., dan Perdanakusuma, A. R. 2019. Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang). *Jurnal*

- Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. [Internet]. [diakses 15 Juli 2025]. 3(1), 603–612. Terdapat pada:
<https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4170>.
- Nugroho, A. B. dan Samanhudi, D. 2020. Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual dan Merancang Strategi Pemasaran dengan Metode Swot pada Restoran Xyz. Juminten. [Internet]. [diakses 15 Juli 2025]. 1(5), 13-24. Terdapat pada:
<https://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten/article/view/188>.
- Penilasari, Y., Nugraha, J., dan Angraini., M. 2021. Penggunaan Servqual dalam kualitas pelayanan bidang administrasi di kecamatan Gayungan Surabaya. Jurnal Pendidikan Ekonomi. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 15(2), 207-220. Terdapat pada:
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/24624h>.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., dan Putra, P. B. A. A. 2019. Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. Jurnal Sains dan Informatika. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 5(2), 128–137. Terdapat pada:
<https://jsi.politala.ac.id/index.php/JSI/article/download/185/106>.
- Pratama, K. R., dan Widarmanti, T. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laku Pandai Agen 46 Kabupaten Bandung. Jurnal Edunomika. [Internet]. [diakses pada 15 Juli 2025]. 08(01), 1–16. Terdapat pada:
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/9797>.
- Prihandoyo, C., Juwari, J., dan Gerhana Iriyanti, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Henny Dental Care. Jurnal GeoEkonomi. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 12(2), 167–179. Terdapat pada:
<https://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi/article/view/161>.
- Putri, A. V., dan Ali, D. S. F. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 5(2), 95–108. Terdapat pada:
<https://doi.org/10.36341/cm.v5i2.1438>.
- Putri, U. M. 2021. Analisis Kepuasan Pelayanan Puskesmas terhadap Pasien BPJS dan non BPJS Menggunakan Metode Servqual. Jurnal Manajemen Informatika dan Sistem Informasi. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 4(2), 149-159. Terdapat pada:
<https://e-journal.stmiklombok.ac.id/index.php/misi/article/view/355>.
- Ritonga, I. L., dan David, M. 2020. Hubungan Layanan Asuhan Keperawatan Oleh Perawat Pelaksana dengan Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Sakura Rumah Sakit Umum Imelda Pekerja Indonesia Medan. Jurnal Ilmiah Keperawatan Imelda. [Internet]. [diakses pada 20 Juli 2025]. 6(2), 128–135. Terdapat pada:
<https://jurnal.uimedan.ac.id/index.php/JURNALKEPERAWATAN/article/view/439>.
- Rhamadi A.D. 2023. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Cofee Shop Menggunakan Metode Servqual dan Triz Pekanbaru (ID) Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jurnal Perangkat Lunak. [Internet]. [diakses pada 17 Juli 2025]. 5(3), 435-445. Terdapat pada:
<https://repository.uin-suska.ac.id/76959/>.
- Sari, P., dan Puspasari, R. 2023. Penerapan Metode Service Quality (Servqual) sebagai Dasar Peningkatan Kualitas Pelayanan SMK Brigjend Katamso II Medan. Jurnal Rekayasa Sistem. [Internet]. [diakses pada 20 Juli 2025]. 1(3), 972–985. Terdapat pada:
<https://jurnal.katamso.ac.id/index.php/rekayasasistem>.
- Selvi, S., dan Ningrum, L. 2020. Gaya Hidup Minum Kopi dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). Kepariwisata: Jurnal Ilmiah. [Internet]. [diakses pada 20 Juli 2025]. 14(01), 23–30. Terdapat pada:
<https://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan/article/view/43>.
- Sepriyanti, M., Afrianti, dan Herlina, V. 2020. Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank [diakses pada 20 Juli 2025]. 2(2), 144–154. Terdapat pada:
<https://lppmstianusa.com/ejurnal/index.php/janmaha/article/view/276>.

- Setyawati, M. R., Rohaeni, N. W., dan Woelandari, H. 2022. Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 8(02), 2159–2166. Terdapat pada: <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5863>.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D (Pertama)*. Alfabeta. Jurnal pengabdian pada masyarakat. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 7(1), 133– 140 Terdapat pada: <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>
- Sugiyono, S., dan Darnoto, S. 2017. Pengaruh Pelatihan Pencegahan Demam Berdarah Dengue (DBD) Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Siswa di SDN Wirogunan I Kartasura Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Kesehatan*. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 9(2), 84–125. Terdapat pada: <https://journals.ums.ac.id/index.php/jk/article/view/4594>.
- Suherman, S., dan Aditya, S. 2023. Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Image dan E–Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 1(6), 1499–1516. Terdapat pada: <https://journal.sinomika.ac.id/index.php/sinomika>.
- Wibowo, S., dan Muflihah, N. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual di Sanjaya Fitnes Jombang. *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri*. [Internet]. [diakses pada 21 juli 2025]. 1(2), 61-68. Terdapat pada: <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/invantri/article/view/2324>.
- Yudianingsih, A., Awaludin, M., dan Gani, A. G. 2025. Penerapan Sistem Informasi Geografis untuk Pelacakan Pengendara pada PT Novya Gerak Sinergis. *Jurnal Mahasiswa Informatika dan Desain*. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 2(1), 1–6. Terdapat pada: <https://jom.unsurya.ac.id/index.php/jurmasin/article/view/96>.
- Zakaria, W. A., Endaryanto, T., Indah, L. S. M., Sari, I., dan Mutolib, A. 2020. Pendapatan dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubikayu di Provinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*. [Internet]. [diakses pada 21 Juli 2025]. 8(1), 83-93. Terdapat pada: <https://repository.lppm.unila.ac.id/25112/>.