

INTISARI

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan pemenuhan respon konsumen (Oliver, 1997). Ini adalah penilaian bahwa fitur produk atau layanan, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang memuaskan terkait dengan pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain, tingkat keseluruhan kepuasan dengan layanan/pengalaman produk. Transaksi model spesifik yang disarankan oleh Teas (1993) dan kemudian dikembangkan oleh PZB (1994), model ini menunjukkan keseluruhan pelanggan bagaimana kepuasan dapat dijelaskan dengan cara mengevaluasi pengalaman dengan khusus melalui aspek kualitas layanan, kualitas produk, dan harga (PZB, 1994). *Cafe* merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan kualitas layanan dalam menjual produknya demi memuaskan pelanggannya. Setiap tahun, pertumbuhan bisnis kafe mencapai 20%-30% (www.suarasurabaya.net). Pesatnya pertumbuhan bisnis restoran dan kafe tidak lepas dari munculnya mal-mal baru yang ada di Surabaya. Hampir di setiap mal baru tersebut, 30% - 40% nya adalah restoran dan kafe (<http://www.mydiskon.com>).

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *customer satisfaction* berdasarkan *transaction spesific model* pada saat menikmati makanan/minuman pada saat menikmati makanan/minuman di Starbucks Coffee, Excelso Coffee dan J.Co Donuts and Coffee Surabaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap kinerja Starbucks Coffee, Excelso Coffee dan J.Co Donuts and Coffee Surabaya. Hal tersebut berarti bahwa kinerja kafe kopi di Surabaya sudah sesuai dengan harapan pelanggan.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, transaksi model spesifik, kafe.

ABSTRACT

Customer satisfaction is the fulfillment of consumer response (Oliver, 1997). This is the assessment that display products or services, or products or services itself, provide satisfactory levels of consumption-related fulfillment. In other words, the overall level of satisfaction with the service / product experience. Transaction specific model suggested by Teas (1993) and later developed by PZB (1994), this model shows how the overall customer satisfaction can be explained by evaluating the experience with specific aspects of quality through service, product quality, and price (PZB, 1994). Cafe is one of the service company that puts quality service in selling their products in order to satisfy the customer. Each year, cafe business growth to reach 20% -30% (www.suarasurabaya.net). The rapid growth of restaurants and cafes are inseparable from the emergence of a new mall in Surabaya. Almost every new mall, 30% - 40% are restaurants and cafes (<http://www.mydiskon.com>).

This study aimed to describe the model of customer satisfaction based on that specific transaction at that time to enjoy the food / drink at the time enjoying the food / drink at Starbucks Coffee, Excelso Coffee and J.Co Donuts and Coffee Surabaya.

Findings showed that most respondents were satisfied with the performance of Starbucks Coffee, Coffee and J Excelso Co Donuts and Coffee Surabaya. This means that the performance of coffee cafes in Surabaya in accordance with customer expectations.

Keywords: customer satisfaction, transaction-specific model, café.