

**PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS
LAYANAN *COFFEE SHOP*
(Studi Fenomenologi Pada Bento Kopi Di Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh

YUYUN NAIFULAR

NIM : 220501110061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2026**

**PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS
LAYANAN *COFFEE SHOP*
(Studi Fenomenologi Pada Bento Kopi Di Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

YUYUN NAIFULAR

NIM : 220501110061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS LAYANAN *COFFEE SHOP* (Studi Fenomenologi Pada Bento Kopi Di Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh

YUYUN NAIFULAR

NIM : 220501110061

Telah Disetujui Pada Tanggal 9 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Amelindha Vania, M.M

NIP. 199106172019032

LEMBAR PENGESAHAN**PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS LAYANAN
*COFFEE SHOP*****(Studi Fenomenologi Pada Bento Kopi Di Kota Malang)****SKRIPSI**

Oleh

YUYUN NAIFULAR

NIM : 220501110061

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 22 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Sugeng Ali Mansur, S.S., M.Pd

NIP. 197809292014111001

2 Anggota Penguji

M. Fatkhur Rozi, MM

NIP. 197601182009011003

3 Sekretaris Penguji

Amelindha Vania, M.M

NIP. 199106172019032019

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

**Dr. Setiani, M.M**

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuyun Naifular

NIM : 220501110061

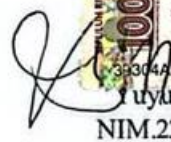
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS LAYANAN COFFEE SHOP (Studi Fenomenologi Pada Bento Kopi Di Kota Malang) adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Juni 2026


Yuyun Naifular
NIM.220501110026

10000
2 METERAI TEMPEL
39304AKX025798406

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, kesehatan, serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan bagi seluruh umat manusia yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan cahaya keimanan.

Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tak ternilai, serta dukungan yang selalu diberikan dalam setiap langkah kehidupan penulis. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya jasa dan cinta yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Bapak dan Ibu.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada diri sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Terima kasih karena telah memilih untuk terus melangkah meskipun sering kali merasa lelah, ragu, dan hampir menyerah. Setiap proses yang dilalui menjadi pelajaran berharga yang membentuk pribadi yang lebih kuat dan lebih dewasa. Karya ini juga penulis persembahkan kepada keluarga, sahabat, serta orang-orang terdekat yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan setiap tanggung jawab dengan sebaik-baiknya.

Dengan penuh hormat dan rasa terima kasih, penulis mempersembahkan karya ini kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan. Terutama kepada dosen pembimbing skripsi, Ibu Amelindha Vania, M.M., yang dengan sabar telah memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Segala ilmu dan perhatian yang diberikan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya karya ini.

HALAMAN MOTTO

“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG”
(Nadin Amizah)

“Tidur selalu tak tenang, pagi selalu menyiksa semua akan baik saja sebab Tuhan
telah berjanji setelah sempit ada kemudahan, kita miliknya semua telah tertulis
dan akan kembali padaNya”
(Raim Laude-Bersenja Gurau,
terinspirasi dari Q.S. Al-Insyirah [94]: 5–6)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi inidengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa atas junjungan Baginda Nabi Muhammad SAW, yang sudah menyebarkan agama Islam sebagai pedoman hidup dan tauladan dalam menja;ani setiap langkah kehidupan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, dan tidak dapat tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Dr. Setiani, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Amelindha Vania, M.M., selaku Dosen Pembimbing saya, yang sudah banyak membantu serta mengarahkan selama proses pengerjaan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang memberikan banyak ilmu pengetahuan selama saya kuliah
6. Seluruh informan yang berpartisipasi dalam penelitian saya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan
7. Kedua orang tua saya, orang yang sangat berjasa dalam kehidupan penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak bungsunya menempuh Pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka hanya bisa menempuh Pendidikan sampai tahap atas dasardan dasar. Kepada ayah tercinta, terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai tahap ini. Untuk Ibu tersayang, terimakasih atas segala doa, motivasi, dukungan, keyakinan dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu

untuk menjadi seseorang yang berpendidikan. Terimakasih atas kasih sayang yang tak pernah pudar, atas kesabaran, pengorbanan, dan doa yang selalu mengiringi perjalanan hidup penulis. Penulis persembahkan karya sederhana ini dan gelar untuk Ayah dan Ibu.

8. Saudara penulis yang tak kalah penting kehadirannya, Mas Nafi beserta istrinya Mba Rossy dan adik ponakan Husni, yang senantiasa menjadi pelengkap dinamika kehidupan penulis. Terimakasih sudah memberikan kasih sayang, dukungan dan motivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu. Kehadiran kalian adalah motivasi tersendiri dalam setiap perjuangan penulis.
9. Kepada Kakak perempuan tersayang, yang telah terlebih dahulu berpulang, Mba Luluk selalu meninggalkan kenangan yang menjadi motivasi paling menyentuh bagi penulis, karena meskipun tidak dirasakan kehadirannya, tapi penulis yakin kakak menjadi orang yang paling bahagia jika penulis bisa menyelesaikan studi ini.
10. Kepada seluruh guru saya sejak jenjang TK, MI, MTS, hingga MAN, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala ilmu, bimbingan, kesabaran, serta nilai-nilai kehidupan yang telah diberikan. Setiap pelajaran, nasihat, dan keteladanan yang Bapak/Ibu berikan menjadi bekal berharga dalam perjalanan pendidikan dan kehidupan saya hingga mencapai tahap ini. Semoga segala kebaikan dan dedikasi yang telah diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir manfaatnya.
11. Kepada teman kerja penulis di Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh Pendidikan sekaligus menjalani pekerjaan. Kalian adalah saksi dari berbagai perjuangan yang penulis lalui, mulai dari hari-hari yang penuh semangat hingga masa-masa ketika saya merasa lelah, kehilangan motivasi, dan hampir menyerah. Terima kasih atas pengertian, dukungan, bantuan, serta perhatian yang kalian berikan, baik melalui hal-hal besar maupun hal-hal sederhana yang

sering kali menjadi penguat di tengah kesibukan dan tekanan yang penulis hadapi.

12. Kepada teman-teman terdekat saya selama masa perkuliahan, teman dari awal maba hingga mahasiswa akhir ini yaitu Danis, Sindi, Anne, Faren, Nadia, Tata, Risma, Wilma, Baila, terimakasih atas segala bantuan, support, motivasi, pelajaran, serta kenangan berharga selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah memberikan banyak cerita dan mengisi hari-hari penulis selama masa perkuliahan. Dan terimakasih telah menemani setiap proses perjuangan dan saling mendukung untuk mencapai satu tujuan yang sama, yaitu menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar bersama.
13. Kepada teman lama penulis sejak masa sekolah, yaitu Rindu, Cici, Qutul, dan Wawa, terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu hadir dalam berbagai fase kehidupan penulis. Terima kasih atas dukungan, perhatian, doa, serta kebersamaan yang telah terjalin selama ini. Meskipun waktu dan kesibukan sering kali membatasi pertemuan kita, persahabatan yang terjalin tetap menjadi sumber semangat dan tempat berbagi cerita di tengah berbagai proses yang penulis hadapi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hingga penulis dapat mencapai titik ini.
14. Kepada teman-teman seperjuangan di organisasi, yaitu Aurel, Najla, Faren, Kamal, Thoriq, dan Shidqi, terima kasih telah menjadi teman bertumbuh, belajar, dan saling menguatkan dalam setiap proses selama masa perkuliahan. Canda, diskusi, kerja sama, serta semangat yang kalian berikan menjadi kenangan yang sangat berarti dan akan selalu penulis ingat sebagai bagian penting dari perjalanan ini.
15. Kepada seseorang yang tak kalah penting dalam perjalanan hidup penulis, yaitu Christ Victor, terima kasih karena telah hadir dan kebersamaan penulis dalam setiap suka maupun duka. Terima kasih atas kasih sayang, ketulusan, kesabaran, serta dukungan yang tak pernah putus selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan setiap keluh kesah, dan selalu meyakinkan penulis untuk tetap kuat ketika merasa lelah. Di tengah

perjalanan menjalani dua peran sebagai mahasiswa dan pekerja, kehadiranmu menjadi tempat pulang yang menenangkan, tempat penulis menemukan kenyamanan, kekuatan, dan semangat untuk terus melangkah. Terima kasih karena telah menjadi rumah, sahabat, keluarga, dan sosok yang selalu ada dalam setiap proses bertumbuh yang penulis lalui. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dapat menjadi kenangan indah yang selalu penulis syukuri.

16. Terakhir, kepada diri saya sendiri, terima kasih karena telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih telah tetap berjalan meskipun berkali-kali merasa lelah, kehilangan semangat, dan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap memilih bangun setiap pagi untuk menjalani peran sebagai mahasiswa dan pekerja, meskipun sering kali harus mengorbankan waktu istirahat, menahan tangis, dan menyimpan banyak cerita yang tidak pernah diketahui orang lain. Tidak mudah menjalani hari-hari dengan tuntutan yang datang bersamaan, namun diri ini selalu berusaha kuat meskipun tidak selalu baik-baik saja. Terima kasih karena telah melewati begitu banyak proses yang berat, bertahan dalam kesendirian, dan terus memperjuangkan mimpi di tengah segala keterbatasan. Karya ini menjadi saksi bahwa segala lelah, air mata, dan perjuangan yang pernah dirasakan tidak pernah sia-sia.

Malang, 10 Juni 2026

Yuyun Naifular

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teori	24
2.2.1 Teori Kualitas layanan (<i>Service Quality</i>).....	24
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL)	26
2.2.3 Pengertian Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>)	29
2.2.4 Dimensi Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>).....	31
2.2.5 Perilaku Konsumen Mahasiswa	34
2.2.6 <i>Coffee Shop</i> sebagai <i>Third Place</i>	35
2.2.7 Hubungan Kualitas Layanan dan Pengalaman Pelanggan	37
2.2.8 Persepsi Islam tentang Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	44

3.3 Subjek Penelitian.....	45
3.4 Data dan Jenis Data.....	48
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	50
3.4.2 Data Sekunder	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Wawancara.....	52
3.5.2 Observasi.....	55
3.5.3 Dokumentasi	56
3.6 Analisis Data	58
3.6.1 Transkripsi Data.....	59
3.6.2 <i>Bracketing (Epoche)</i>	59
3.6.3 <i>Horizontalization</i>	60
3.6.4 Pengelompokan Unit Makna (<i>Meaning Units</i>)	60
3.7 Uji Keabsahan Data	62
3.7.1 Triangulasi Teknik	63
3.7.2 Triangulasi Sumber	63
3.7.3 <i>Member Checking</i>	65
3.8 Teknik Pembahasan dan Penarikan Kesimpulan	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Objek Penelitian	68
4.1.1 Profil Bento Kopi	68
4.1.4 Deskripsi Lokasi Penelitian	71
4.1.5 Profil Informan Penelitian.....	76
4.2 Hasil Penelitian	78
4.2.1 Hasil <i>Bracketing</i> Peneliti.....	78
4.2.2 <i>Significant Statement</i> dan Unit Makna.....	80
4.2.3 Deskripsi Pengalaman Mahasiswa.....	83
4.2.4 Sintesis Esensi Pengalaman	109
4.3 Pembahasan.....	112
BAB V PENUTUP.....	132
5.1 Kesimpulan	132

5.1.1 Pengalaman terhadap Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	132
5.1.2 Pengalaman terhadap Keandalan (<i>Reliability</i>)	133
5.1.3 Pengalaman terhadap Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	134
5.1.6 Esensi Pengalaman secara Holistik	135
5.2 Saran.....	137
5.2.1 Bagi Pihak Manajemen Bento Kopi.....	137
5.2.2 Bagi Karyawan Bento Kopi	138
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN-LAMPIRAN	145

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Profil Informan Penelitian.....	48
Tabel 3. 2 Data Wawancara	54
Tabel 3. 3 Data Observasi	56
Tabel 3. 4 Data Dokumentasi.....	57
Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian.....	77
Tabel 4. 2 <i>Significant Statement</i> dan Unit Makna	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi Bento Kopi di Kota Malang dalam Keterkaitannya dengan Lingkungan Kampus	2
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian	42
Gambar 3. 1 Uji Keabsahan Data Model Triangulasi Teknik.....	63
Gambar 3. 2 Uji Keabsahan Data Model Triangulasi Sumber.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi <i>Tangibles</i>	145
Lampiran 2 Dokumentasi <i>Reliability</i>	150
Lampiran 3 Dokumentasi <i>Responsiveness</i>	152
Lampiran 4 Dokumentasi <i>Assurance</i>	154
Lampiran 5 Dokumentasi <i>Empathy</i>	155
Lampiran 6 Wawancara Informan Mahasiswa	156
Lampiran 7 Wawancara Informan Pendukung	178
Lampiran 8 Surat Bebas Plagiasi	189
Lampiran 9 Bukti Konsultasi/Bimbingan	190
Lampiran 10 Bukti Konsultasi/Bimbingan.....	192

ABSTRAK

Naifular, Y. SKRIPSI. "*Pengalaman Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop: Studi Fenomenologi pada Bento Kopi di Kota Malang.*"

Pembimbing : Amelindha Vania, M.M

Kata Kunci :Pengalaman Mahasiswa, Kualitas Layanan, Coffee Shop, Fenomenologi, SERVQUAL

Bento Kopi merupakan salah satu *coffee shop* lokal yang berkembang pesat di Kota Malang dengan dua cabang yang beroperasi di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Tingginya frekuensi kunjungan mahasiswa menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak lagi sekadar tempat konsumsi, melainkan ruang aktivitas akademik dan sosial yang bermakna. Namun, penilaian numerik seperti *rating* Google Maps belum mampu menggambarkan pengalaman subjektif mahasiswa secara utuh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan metode Moustakas (1994). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap dua belas informan yang terdiri dari delapan mahasiswa sebagai informan utama, dua manajer, dan dua pegawai Bento Kopi sebagai informan pendukung. Data dianalisis menggunakan tahapan *epoche*, *horizontalization*, pengelompokan *meaning unit*, serta penyusunan deskripsi tekstural dan struktural hingga menghasilkan esensi pengalaman secara holistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai kualitas layanan Bento Kopi sebagai pengalaman hidup (*lived experience*) yang holistik dan kontekstual, bukan sekadar seperangkat indikator teknis. *Tangibles* dimaknai sebagai ruang yang mendukung produktivitas dan kenyamanan emosional; *reliability* sebagai fondasi kepercayaan dari kunjungan berulang; *responsiveness* sebagai pengakuan atas kehadiran dan kebutuhan mahasiswa; *assurance* sebagai rasa diterima dan dihargai; serta *empathy* sebagai kedekatan relasional yang tulus. Secara holistik, Bento Kopi dimaknai sebagai *third place* di mana kualitas layanan bukan objek penilaian, melainkan bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa.

ABSTRACT

Naifular, Y. SKRIPSI. *"Student Experience of Coffee Shop Service Quality: A Phenomenological Study at Bento Kopi in Malang City."*

Advisor : Amelindha Vania, M.M

Keywords : Student Experience, Service Quality, Coffee Shop, Phenomenology, SERVQUAL

Bento Kopi is a rapidly growing local coffee shop in Malang City with two branches operating near Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang and Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). The high frequency of student visits indicates that coffee shops are no longer merely places of consumption, but meaningful spaces for academic and social activities. However, numerical ratings such as Google Maps scores are insufficient to capture students' subjective experiences in their full depth. Therefore, this study aims to explore and understand the meaning of student experiences regarding service quality at Bento Kopi, based on five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

This study employed a qualitative phenomenological approach using the Moustakas (1994) method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving twelve informants: eight students as primary informants, two managers, and two employees of Bento Kopi as supporting informants. Data were analyzed following Moustakas's phenomenological steps, including epoche, horizontalization, meaning unit clustering, and the construction of textural and structural descriptions, culminating in a holistic experiential essence.

The findings reveal that students perceive service quality at Bento Kopi as a holistic and contextual lived experience, rather than a set of technical indicators. Tangibles are interpreted as a space supporting productivity and emotional comfort; reliability as a foundation of trust built through repeated visits; responsiveness as acknowledgment of students' presence and needs; assurance as a sense of acceptance and appreciation; and empathy as genuine relational closeness. Holistically, Bento Kopi is perceived as a third place where service quality is not an object of evaluation, but an integral part of students' everyday lives.

الملخص

"نيفولار، ي. أطروحة". تجربة الطلاب في جودة خدمات المقهى: دراسة ظاهرانية في بنتو كوبي بمدينة مالانج "

المشرفة : أميلينزا فانيا، الماجستير في إدارة الأعمال

الكلمات المفتاحية: تجربة الطلاب، جودة الخدمة، المقهى، الظاهرانية، سيرفكوال

يُعدّ تزايد استخدام المقاهي كفضاءات للأنشطة الأكاديمية والاجتماعية في أوساط الطلاب دافعاً لفهم كيفية إدراك جودة الخدمة وتأويلها بعمق من قِبَل الطلاب بوصفهم العملاء الرئيسيين. يُمثّل بنتو كوبي، أحد المقاهي المحلية سريعة النمو في مدينة مالانج بفرعين يعملان قرب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية وجامعة محمدية مالانج، سياقاً بحثياً ملائماً. وعلى الرغم من حصول الفرعين على تقييمات مرتفعة في خرائط جوجل، فإن هذه التقييمات الرقمية لا تعكس بشكل كافٍ التجربة الذاتية للطلاب في طابعها السياقي والدلالي العميق. لذا، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وفهم معنى تجربة الطلاب تجاه جودة خدمة، بنتو كوبي في مدينة مالانج، استناداً إلى الأبعاد الخمسة لنموذج سيرفكوال: الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف.

اعتمدت الدراسة المنهج الكيفي الظاهراتي وفق أسلوب موستاكاس (1994)، وُجمعت البيانات عبر المقابلات المعمّقة والملاحظة والتوثيق مع اثني عشر مشاركاً: ثمانية طلاب بوصفهم مشاركين رئيسيين، ومديرين واثنتين من الموظفين بوصفهم مشاركين داعمين. وُحلّلت البيانات وفق مراحل موستاكاس الظاهرانية، شاملةً: وضع الافتراضات بين قوسين، والأفئدة، وتجميع وحدات المعنى، وصياغة الأوصاف النصية والبنوية، وصولاً إلى استخلاص جوهر التجربة بصورة كلية.

تكشف النتائج أن الطلاب لا يُدركون جودة خدمة بنتو كوبي بوصفها مجموعة من المؤشرات التقنية، بل بوصفها تجربة معاشة ذات طابع كلي وسياقي. فالملموسية تُستشعر بوصفها فضاء يدعم إنتاجية الطالب وراحته (*Lived Experience*) الوجدانية، والاعتمادية تُعاش أساساً للثقة يتبلور عبر تكرار الزيارات، والاستجابة لا تُفهم مجرد سرعة تقنية، بل اعترافاً بحضور الطالب واحتياجاته، في حين يُجسّد الضمان تجربة اجتماعية تُؤدّ الشعور بالقبول والتقدير، ويُجسّد التعاطف قرّباً علائقياً حقيقياً بين الموظفين والطلاب. وعلى المستوى الكلي، يُدرك الطلاب بنتو كوبي بوصفه "المكان الثالث" الجامع بين الحياة الأكاديمية والشخصية إذ لا تُمثّل جودة الخدمة موضوعاً للتقييم، بل جزءاً متكاملًا من التجربة المعاشة اليومية للطلاب

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

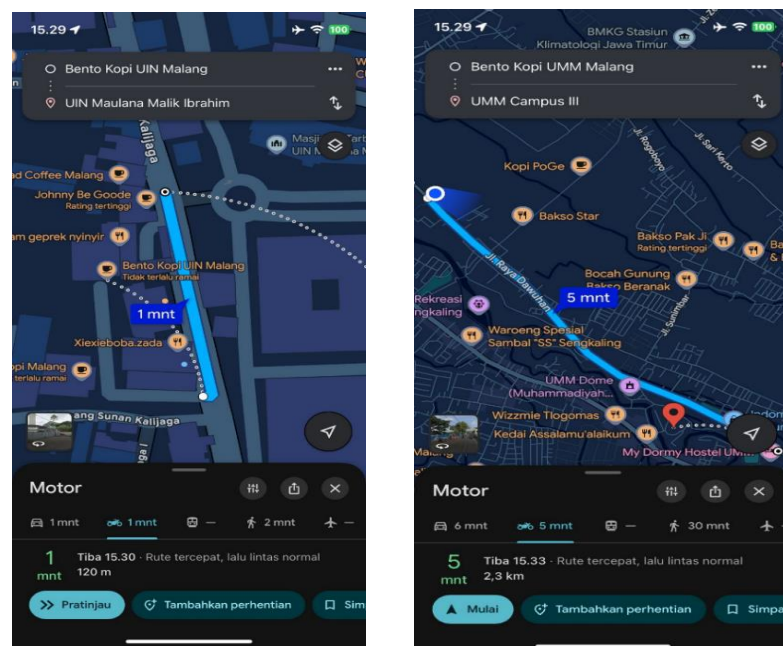
Bento Kopi merupakan salah satu *coffee shop* lokal yang berkembang pesat di Indonesia khususnya di wilayah Kota Malang. Bento Kopi tidak hanya merefleksikan pertumbuhan bisnis berbasis kopi, tetapi juga menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi serta gaya hidup masyarakat perkotaan, terutama di kalangan mahasiswa. Bento Kopi memiliki dua cabang yang beroperasi di Kota Malang, yaitu di Jalan Sunan Kalijaga, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, yang berada dekat dengan Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, serta berlokasi di Jalan Tegalgondo, Gondang, Pendem, Kecamatan Karangploso, yang berada di sekitar Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Kedua lokasi tersebut berada di kawasan dengan mobilitas mahasiswa yang tinggi, sehingga secara langsung memengaruhi dominasi segmen pelanggan yang berasal dari kalangan mahasiswa.

Bento Kopi menyediakan fasilitas berupa ruang semi-*indoor* ber-AC yang dipadukan dengan area *outdoor*, serta elemen alam seperti persawahan dan pepohonan yang menciptakan suasana khas bagi pengunjung (Netralnews, 2024). Selain itu, Bento Kopi juga menyediakan variasi menu yang meliputi minuman kopi dan non-kopi, serta pilihan makanan ringan hingga hidangan lokal seperti mendoan, singkong goreng, dan nasi ayam geprek. Fasilitas pendukung seperti

akses WiFi dan ketersediaan stop kontak turut melengkapi layanan yang ditawarkan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 5 Januari 2026, kedua lokasi Bento Kopi menunjukkan tingkat kunjungan yang tinggi, khususnya dari kalangan mahasiswa, hal ini dikarenakan kedekatan lokasi dengan kampus yang mendukung mahasiswa dalam memanfaatkan *coffee shop* sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Keterhubungan lokasi Bento Kopi dengan lingkungan kampus tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1. 1 Lokasi Bento Kopi di Kota Malang dalam Keterkaitannya dengan Lingkungan Kampus



Sumber: Google Maps (data diolah peneliti), 2026

Pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan Bento Kopi tidak hanya dipengaruhi oleh aspek aksesibilitas. Faktor lain seperti kondisi fasilitas, suasana ruang, serta interaksi pelayanan juga turut membentuk pengalaman tersebut. Mahasiswa tidak hanya memanfaatkan Bento Kopi sebagai tempat

konsumsi, *coffee shop* ini juga digunakan sebagai ruang untuk mengerjakan tugas, berdiskusi, dan bersosialisasi (Hermawan *et al.*, 2025). Kondisi ini sejalan dengan konsep *third place* yang dikemukakan oleh Oldenburg (1999). Konsep ini menjelaskan adanya ruang di luar rumah dan kampus yang digunakan individu untuk berinteraksi secara santai dan memenuhi kebutuhan sosial.

Wawancara awal dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan Bento Kopi serta untuk mengidentifikasi aspek kualitas layanan yang paling sering dirasakan oleh mahasiswa. Dalam proses wawancara, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan seperti alasan memilih Bento Kopi dibandingkan *coffee shop* lain, pengalaman yang dirasakan, pandangan mengenai fasilitas dan suasana tempat, serta pengalaman interaksi dengan karyawan selama berada di *coffee shop*. Pertanyaan tersebut diajukan untuk memahami pengalaman mahasiswa secara lebih mendalam berdasarkan pengalaman langsung yang mereka alami selama menggunakan layanan Bento Kopi.

Wawancara pertama dilaksanakan pada tanggal 5 Januari 2026 di Bento Kopi UIN kepada Danis (21), mahasiswa UIN Malang semester 6 yang saat itu sedang mengerjakan tugas bersama rekannya. Ketika peneliti menanyakan alasan memilih Bento Kopi sebagai tempat belajar sekaligus pengalaman yang dirasakan selama menggunakan layanan di *coffee shop* tersebut, informan menyampaikan bahwa:

“aku biasanya ke Bento Kopi karena butuh buat tugas, tempatnya nyaman dan pelayanannya juga cepat.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memandang *coffee shop* sebagai tempat untuk membeli makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang yang mampu mendukung aktivitas akademik mereka. Kenyamanan tempat dan kecepatan pelayanan menjadi faktor yang dianggap berpengaruh terhadap efektivitas belajar mahasiswa. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai kenyamanan ruang secara fungsional sekaligus emosional yaitu sebagai ruang yang tidak hanya nyaman secara fisik, tetapi juga mendukung produktivitas akademik. Ketanggapan pelayanan dirasakan bukan sekadar efisiensi, melainkan sebagai bentuk penghargaan terhadap waktu dan kebutuhan mahasiswa.

Wawancara berikutnya juga dilakukan pada tanggal 5 Januari 2026 di Bento Kopi UIN kepada Cici (20), mahasiswa Universitas Negeri Malang semester 4 yang sedang berkumpul bersama temannya. Ketika peneliti menanyakan pengalaman pelayanan yang paling dirasakan selama berkunjung ke Bento Kopi, informan menjelaskan bahwa:

“aku sering banget ke Bento Kopi karena pelayanannya cepet, terus karyawannya juga ramah dan asik”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa tidak hanya terbentuk dari apa yang diterima secara fisik, tetapi juga dari bagaimana interaksi dengan karyawan dirasakan dan dimaknai secara personal. Kecepatan

pelayanan tidak semata-mata dipahami sebagai efisiensi operasional, melainkan sebagai sinyal bahwa kehadiran mahasiswa diakui dan dihargai. Lebih dari itu, keramahan dan sikap komunikatif karyawan menciptakan suasana yang hangat dan akrab, sehingga *coffee shop* tidak lagi sekadar tempat transaksi, melainkan ruang interaksi yang memberikan rasa nyaman dan diterima secara sosial.

Selanjutnya, wawancara dilakukan pada tanggal 6 Januari 2026 di Bento Kopi UMM kepada Eva (23), mahasiswa UMM semester 6 yang sedang mengerjakan tugas secara mandiri. Ketika peneliti menanyakan fasilitas dan kondisi lingkungan yang dianggap paling mendukung aktivitas belajar di *coffee shop*, informan menjelaskan bahwa:

“kalau ke Bento Kopi itu yang saya cari tempatnya yang bersih, WiFi lancar, sama suasananya mendukung buat fokus, jadi meskipun lama tetap nyaman.”

Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa mahasiswa memaknai lingkungan fisik *coffee shop* bukan sekadar latar tempat, melainkan sebagai bagian aktif yang membentuk kualitas pengalaman belajar mereka. Kebersihan ruang dirasakan sebagai kondisi yang memungkinkan konsentrasi dan ketenangan hadir secara alami, sementara stabilitas WiFi dihayati sebagai bentuk dukungan nyata terhadap kebutuhan akademik. Suasana yang kondusif memungkinkan mahasiswa bertahan lama tanpa merasa terganggu, menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai

coffee shop sebagai ruang yang secara aktif menjaga produktivitas mereka, bukan sekadar menyediakannya.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa kedua lokasi Bento Kopi di Kota Malang memperoleh penilaian yang tinggi dari pelanggan. Berdasarkan data Google Maps, Bento Kopi UMM memperoleh rating 4,6, sedangkan Bento Kopi UIN mencapai 4,7 (per 12 April 2026). Kedua angka ini menunjukkan tingkat kepuasan yang sama-sama tinggi. Namun, masing-masing *outlet* beroperasi dalam lingkungan kampus dengan karakter yang berbeda. Bento Kopi UMM berada di kawasan kampus swasta besar dengan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan latar belakang budaya. Sebaliknya, Bento Kopi UIN berada dalam lingkungan kampus dengan nuansa akademik berbasis nilai-nilai keislaman yang kuat, yang turut membentuk pola interaksi dan perilaku mahasiswanya.

Kesamaan rating tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut. Angka yang hampir identik belum tentu mencerminkan pengalaman yang benar-benar sama. Penilaian numerik cenderung menyederhanakan realitas, padahal pengalaman pelanggan bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti interaksi layanan, suasana tempat, serta konteks aktivitas (Lemon & Verhoef, 2016). Oleh karena itu, muncul pertanyaan penting apakah kesamaan rating tersebut mencerminkan kesamaan pengalaman mahasiswa, atau justru menyimpan perbedaan makna yang lebih beragam dan mendalam di baliknya.

Penelitian terdahulu terkait kualitas layanan pada *coffee shop* masih banyak didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran berbasis

angka. Penelitian yang dilakukan oleh Villanueva *et al.* (2025) menggunakan instrumen SERVQUAL untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara statistik dan menemukan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Koto *et al.*, (2023) meneliti pengaruh atmosfer kafe dan *customer experience* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih *coffee shop* melalui analisis regresi. Meskipun pendekatan tersebut mampu mengidentifikasi dimensi kualitas layanan secara sistematis, terdapat keterbatasan mendasar yang tidak dapat dihindari. Hasil berupa angka kepuasan belum mampu menggambarkan secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa, seperti bagaimana mereka merasakan proses menunggu pesanan di tengah tekanan akademik, bagaimana interaksi dengan karyawan memengaruhi suasana belajar, serta alasan mahasiswa tetap kembali meskipun pengalaman sebelumnya tidak sepenuhnya memuaskan.

Beberapa penelitian kualitatif yang relevan, seperti yang dilakukan oleh Hilmy dan Novianti (2025) pada Bento Kopi Cirebon serta Saputra (2026) pada *Coffee Shop* Tenoften Bukittinggi, telah berupaya mengeksplorasi pengalaman pelanggan secara lebih mendalam. Penelitian lain oleh Putra *et al.* (2024) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mencakup dimensi emosional, sosial, dan simbolik yang kompleks. Selain itu, Agustina (2025) mengungkap bahwa pengalaman mahasiswa di *coffee shop* terbentuk dari kombinasi kualitas layanan, suasana, serta fasilitas yang mendukung, sehingga menghasilkan pengalaman yang bersifat menyeluruh. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berada pada tahap

deskriptif, yaitu sebatas menggambarkan pengalaman tanpa menggali lebih dalam bagaimana pengalaman tersebut dihayati serta dimaknai oleh mahasiswa dalam setiap interaksi layanan.

Di sisi lain, penelitian yang secara khusus menyoroti mahasiswa sebagai pengguna *coffee shop*, seperti Safitri *et al.* (2025) dan Kurnianto *et al.* (2025), menunjukkan bahwa *coffee shop* berfungsi sebagai ruang belajar alternatif yang mampu meningkatkan konsentrasi, motivasi, dan produktivitas melalui dukungan lingkungan fisik maupun sosial. Selanjutnya, Hermawan *et al.* (2025) melalui pendekatan fenomenologi telah memberikan perspektif yang lebih interpretatif mengenai preferensi mahasiswa dalam memilih *coffee shop* sebagai ruang belajar, namun belum secara spesifik membahas bagaimana kualitas layanan dimaknai dalam pengalaman tersebut. Penelitian lain seperti Teguh *et al.* (2025) juga menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam membentuk pengalaman dan persepsi pelanggan, meskipun tidak secara khusus berfokus pada mahasiswa dalam konteks *coffee shop*.

Meskipun penelitian mengenai kualitas layanan dan pengalaman pelanggan pada *coffee shop* telah banyak dilakukan, sebagian besar masih menggunakan pendekatan kuantitatif atau deskriptif. Penelitian tersebut belum secara mendalam menggali bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan dalam konteks interaksi yang nyata, masih ada keterbatasan dalam memahami esensi pengalaman mahasiswa sebagai pelanggan yang bersifat subjektif, kontekstual, dan penuh makna. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dalam mengkaji kualitas layanan melalui pendekatan

fenomenologi yang berfokus pada makna pengalaman mahasiswa secara mendalam, khususnya dalam konteks penggunaan *coffee shop* sebagai ruang aktivitas akademik dan sosial.

Pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan Bento Kopi bersifat sangat subjektif, kontekstual, dan sarat makna yang tidak dapat ditangkap melalui angka atau kategori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Untuk memahami esensi pengalaman tersebut, dibutuhkan pendekatan yang mampu menggali makna pengalaman hidup (*lived experience*) informan secara mendalam. Pendekatan fenomenologi yang dikembangkan oleh Moustakas (1994) dan van Manen, (1990) menawarkan kerangka metodologis yang paling tepat untuk tujuan ini, karena pendekatan ini tidak membatasi pengalaman informan dalam kategori yang telah ditentukan sebelumnya, melainkan memberi ruang bagi pengalaman tersebut untuk muncul dan dipahami dalam bahasa dan perspektif informan itu sendiri.

Peneliti menyadari bahwa sebagai individu yang juga memiliki pengalaman menggunakan layanan *coffee shop*, terdapat asumsi dan persepsi pribadi yang berpotensi memengaruhi proses penggalian dan interpretasi data. Oleh karena itu, peneliti berkomitmen untuk melakukan *bracketing*, yaitu menanggukkan secara sadar segala asumsi dan prasangka pribadi selama proses penelitian berlangsung, agar pengalaman informan dapat dipahami secara murni sebagaimana adanya tanpa terdistorsi oleh perspektif peneliti (Moustakas, 1994).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilaksanakan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan di Bento Kopi Kota Malang. Dengan demikian,

penelitian ini ditetapkan dengan judul: **“Pengalaman Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan *Coffee Shop* (Studi Fenomenologi pada Bento Kopi di Kota Malang).”**

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada eksplorasi pengalaman dan makna yang dihayati mahasiswa terhadap kualitas layanan *coffee shop*. Fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman terhadap aspek bukti fisik (*tangibles*) layanan Bento Kopi di Kota Malang?
2. Bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman terhadap keandalan (*reliability*) layanan Bento Kopi di Kota Malang?
3. Bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman terhadap daya tanggap (*responsiveness*) karyawan Bento Kopi di Kota Malang?
4. Bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman terhadap jaminan (*assurance*) pelayanan Bento Kopi di Kota Malang?
5. Bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman terhadap perhatian (*empathy*) dalam layanan Bento Kopi di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap aspek bukti fisik (*tangibles*) layanan Bento Kopi di Kota Malang
2. Untuk mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap keandalan (*reliability*) layanan Bento Kopi di Kota Malang

3. Untuk mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap daya tanggap (*responsiveness*) karyawan Bento Kopi di Kota Malang
4. Untuk mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap jaminan (*assurance*) pelayanan Bento Kopi di Kota Malang
5. Untuk mengeksplorasi dan memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap perhatian (*empathy*) dalam layanan Bento Kopi di Kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa yang berkaitan dengan kualitas layanan (*service quality*). Penelitian ini memperkaya kajian teoritis dengan menghadirkan pemahaman mengenai kualitas layanan tidak hanya dari pendekatan kuantitatif, tetapi juga melalui pendekatan kualitatif yang menekankan pada pengalaman subjektif pelanggan.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan pemahaman tentang kualitas layanan dari perspektif fenomenologis, khususnya dengan menghadirkan makna pengalaman hidup mahasiswa sebagai pelanggan *coffee shop* yang selama ini belum terkaji secara mendalam. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khazanah metodologi kualitatif dalam bidang pemasaran jasa, khususnya dalam penerapan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman pelanggan secara holistik dan interpretatif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sudut pandang baru

dalam memahami kualitas layanan sebagai fenomena yang bersifat pengalaman dan persepsi, bukan semata-mata pengukuran angka.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Pengelola Bento Kopi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Bento Kopi dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan yang diberikan, khususnya dari sudut pandang mahasiswa sebagai pelanggan utama. Informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek layanan yang sudah optimal maupun yang masih perlu ditingkatkan.

b. Bagi Pelaku Usaha *Coffee Shop*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha *coffee shop* lainnya dalam memahami pentingnya kualitas layanan yang berorientasi pada pengalaman pelanggan, sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki fokus pada kualitas layanan, pengalaman pelanggan, maupun penelitian kualitatif dalam bidang jasa.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk menjaga agar penelitian ini tetap terarah dan terlaksana secara sistematis, maka ditetapkan sejumlah batasan penelitian, yaitu :

1. Penelitian ini difokuskan pada pengalaman mahasiswa sebagai pelanggan Bento Kopi di Kota Malang.
2. Penelitian ini tidak bertujuan membandingkan kualitas layanan antar *outlet*, melainkan menggunakan dua lokasi Bento Kopi sebagai konteks untuk memperoleh variasi pengalaman mahasiswa dalam konteks penggunaan layanan *coffee shop*.
3. Penelitian ini mengkaji kualitas layanan dengan mengacu pada lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang digunakan sebagai lensa interpretatif dalam tahap pembahasan, bukan sebagai kerangka analisis yang mengikat proses penggalan data.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, sehingga data yang diperoleh berupa pengalaman yang dihayati (*lived experience*), persepsi, serta makna subjektif yang dibentuk oleh mahasiswa terhadap kualitas layanan yang mereka terima.
5. Penelitian ini tidak membahas aspek keuangan, strategi pemasaran, maupun kebijakan manajerial secara mendalam, melainkan berfokus pada kualitas layanan dari perspektif pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan pada *coffee shop*. Studi-studi tersebut berfungsi untuk memperkuat landasan teori serta membantu dalam penyusunan kerangka penelitian. Oleh karena itu, beberapa penelitian yang relevan disajikan sebagai bahan pembandingan pada Tabel 2.1

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Fenomenologi Penggunaan Coffee Shop sebagai Ruang Belajar Mahasiswa dalam Meningkatkan Konsentrasi Belajar</i> (Amelia Safitri, dkk., 2025)	<i>Student Learning Experience</i> <i>Coffee Shop as Learning Space Study Comfort</i>	- Kualitatif fenomenologi - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi - Analisis Data: <i>Interpretative Phenomenological Analysis</i> (IPA) - Subjek Penelitian: Mahasiswa semester 5 pengguna <i>coffee shop</i> - Teknik Sampling: <i>Purposive sampling</i> - Keabsahan Data: Triangulasi dan <i>member checking</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>coffee shop</i> berfungsi sebagai ruang belajar alternatif yang mampu meningkatkan konsentrasi mahasiswa melalui kenyamanan fisik, pencahayaan, musik latar, serta fasilitas seperti WiFi dan stop kontak. Selain itu, keberadaan pengunjung lain memberikan dorongan psikologis untuk tetap produktif. Fleksibilitas ruang dan waktu juga memungkinkan mahasiswa

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				menyesuaikan ritme belajar.
2.	<i>Eksplorasi Preferensi Mahasiswa terhadap Lingkungan Belajar antara Perpustakaan atau Coffee Shop (Studi Fenomenologis Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)</i> Dedy Hermawan, Muhammad Alfin Ramadhan, Muhammad Noor Alfitriansyah (2025)	1. <i>Student Experience</i> 2. <i>Coffee Shop Experience</i> 3. <i>Learning Environment</i>	- Kualitatif fenomenologi - Pengumpulan Data : Wawancara mendalam mahasiswa - Analisis Data: Sintesis tematik untuk mengidentifikasi pola pengalaman pelanggan - Subjek Penelitian: Mahasiswa pengguna <i>coffee shop</i> sebagai ruang belajar - Teknik Sampling: <i>Purposive sampling</i> - Keabsahan Data: Triangulasi sumber	Penelitian ini menunjukkan mahasiswa memilih <i>coffee shop</i> karena suasana fleksibel dan mendukung interaksi sosial. Faktor kenyamanan, fasilitas, dan suasana sosial memengaruhi pengalaman mahasiswa. <i>Coffee shop</i> digunakan untuk tugas kolaboratif dan aktivitas santai. Mahasiswa juga mempertimbangkan kebutuhan emosional dan produktivitas belajar saat memilih <i>coffee shop</i> .
3.	<i>Study Time at the Coffee Shop: Exploring Student Motives through a Phenomenological Study</i> (Gloria W. Kurnianto, dkk., 2025)	1. <i>Student Motivation</i> 2. <i>Coffee Shop Experience</i> 3. <i>Study Behavior</i>	- Kualitatif fenomenologi - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam kepada mahasiswa pengguna <i>coffee shop</i> - Analisis Data: Analisis tematik fenomenologis - Subjek Penelitian: Mahasiswa yang mengerjakan tugas di <i>coffee shop</i> minimal 1x/minggu - Teknik Sampling: <i>Purposive sampling</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memilih <i>coffee shop</i> sebagai tempat belajar karena adanya motivasi berprestasi (<i>achievement motive</i>) serta kebutuhan akan suasana yang mendukung produktivitas. <i>Coffee shop</i> dinilai mampu meningkatkan fokus melalui

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			- Keabsahan Data: <i>Probing interview</i> dan validasi data kualitatif	lingkungan yang kondusif, fasilitas yang memadai seperti WiFi, serta kualitas produk yang baik. Selain itu, interaksi sosial dan keberadaan pengunjung lain memberikan dorongan eksternal bagi mahasiswa untuk tetap produktif.
4.	<i>Customer Experience Analysis for Students Visiting Cafes in Padang City</i> (Agustina, 2025)	1. <i>Customer Experience</i> 2. <i>Service Quality</i> 3. <i>Cafe Atmosphere</i> 4. <i>Student Behavior</i>	- Kualitatif - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam dengan mahasiswa yang sering mengunjungi kafe serta observasi langsung pada aktivitas mahasiswa di kafe - Analisis Data: Analisis kualitatif melalui reduksi data, kategorisasi pengalaman mahasiswa, penyajian data, dan penarikan kesimpulan - Subjek Penelitian: Mahasiswa yang menggunakan kafe sebagai tempat belajar, diskusi, dan bersosialisasi - Keabsahan Data: Triangulasi teknik melalui wawancara dan observasi	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa ketika mengunjungi kafe dipengaruhi oleh kombinasi kualitas layanan, suasana kafe, dan fasilitas pendukung. Mahasiswa menilai pelayanan yang cepat, ramah, dan komunikatif meningkatkan kenyamanan selama berada di kafe. Selain itu, suasana yang tenang, desain interior yang menarik, akses WiFi stabil, serta ketersediaan stop kontak menjadi faktor penting yang membentuk pengalaman positif. Kafe tidak hanya dipandang sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				ruang belajar informal, tempat diskusi, dan area interaksi sosial bagi mahasiswa.
5.	<i>Studi Kualitatif Mengeksplorasi Kualitas Pelayanan dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bento Kopi Cirebon</i> (Irfan Aziz Hilmy, Annisa Novianti, 2025)	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Café Atmosphere</i> 3. <i>Customer Satisfaction</i>	- Kualitatif - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam dengan pelanggan dan observasi suasana kafe - Analisis Data: Analisis data kualitatif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan - Subjek Penelitian: Pelanggan Bento Kopi Cirebon. - Keabsahan Data: Triangulasi sumber dan triangulasi teknik	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di Bento Kopi Cirebon dinilai baik oleh pelanggan, ditunjukkan melalui sikap staf yang responsif, ramah, dan memahami produk. Kebersihan kafe yang terjaga serta suasana yang nyaman dengan desain interior menarik, pencahayaan memadai, dan fasilitas pendukung memberikan pengalaman positif bagi pelanggan untuk berkunjung, belajar, maupun bekerja.
6.	<i>Eksplorasi Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan di Uragawa Coffee</i> (Bima Aji Putra, Daffaessa Firgie, Muhammad Raviandra Antares, 2024)	1. <i>Customer Experience</i> 2. <i>Service Quality</i> 3. <i>Coffee Shop Experience</i>	- Kualitatif - Pengumpulan Data: analisis konten terhadap 247 ulasan digital dari berbagai platform (Google Reviews, Instagram, dan situs review kuliner) - Analisis Data: <i>content analysis</i> melalui proses	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga melibatkan aspek emosional, sosial, dan simbolik. Kualitas layanan dinilai baik melalui responsivitas staf, komunikasi yang

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			identifikasi, klasifikasi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan - Subjek Penelitian: pelanggan Uragawa Coffee (berdasarkan ulasan digital). - Keabsahan Data: triangulasi sumber dari berbagai platform digital	empatik, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, suasana kafe yang didukung oleh desain interior yang fleksibel, estetika ruang, serta kenyamanan lingkungan mampu menciptakan pengalaman yang bermakna. Inovasi menu dan interaksi personal menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan dan diferensiasi layanan pada pelanggan, khususnya generasi milenial dan generasi Z
7.	<i>Pengalaman Pelanggan Terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan di Coffee Shop Tenoften Bukittinggi</i> (Yofi Saputra, 2026)	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Customer Experience</i> 4. Customer Satisfaction	- Kualitatif - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam dengan pelanggan dan observasi langsung proses pelayanan - Analisis Data: Reduksi data, kategorisasi tematik, dan penarikan kesimpulan - Subjek Penelitian: Pelanggan <i>Coffee Shop</i> Tenoften Bukittinggi. - Keabsahan Data: Triangulasi sumber dan triangulasi teknik	Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti <i>responsiveness</i> , <i>empathy</i> , dan <i>reliability</i> berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Pelanggan menilai pelayanan yang cepat, ramah, dan mampu memahami kebutuhan konsumen meningkatkan kenyamanan selama berada di <i>coffee</i>

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>shop</i>. Selain itu, interaksi staf yang komunikatif dan kesiapan dalam memberikan informasi produk memperkuat pengalaman positif pelanggan. Pelanggan juga menilai konsistensi pelayanan dan ketepatan penyajian pesanan sebagai faktor penting dalam membentuk kepuasan dan mendorong kunjungan ulang.
8.	<i>Service Quality and Customer Satisfaction Among Coffee Shops in Dumaguete City, Philippines</i> (Villanueva, Tayco, & Estrope, 2025)	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Customer Satisfaction</i> 3. <i>Coffee Shop Experience</i> 5.	- Kuantitatif - Pengumpulan Data: Kuesioner berbasis SERVQUAL kepada pelanggan <i>coffee shop</i> - Analisis Data: Analisis statistik (mean, korelasi Spearman, Chi-square) - Subjek Penelitian: Pelanggan <i>coffee shop</i> di Dumaguete City (mayoritas mahasiswa usia 18–25 tahun). - Keabsahan Data: Uji validitas dan reliabilitas instrumen	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>coffee shop</i> dinilai sangat baik pada dimensi <i>tangibility</i>, <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>empathy</i>. Pelayanan yang cepat, ramah, dan fasilitas yang nyaman meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, terdapat hubungan signifikan antara <i>service quality</i> dan <i>customer satisfaction</i>, sehingga kualitas layanan yang baik

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				mendorong loyalitas pelanggan.
9.	<i>Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe dan Customer Experience terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Coffee Shop untuk Belajar (Koto et al., 2023)</i>	1. <i>Customer Experience</i> 2. <i>Café Atmosphere</i> 3. <i>Student Decision</i> 4. <i>Service Quality</i>	- Kuantitatif deskriptif - Pengumpulan Data : Kuesioner kepada mahasiswa pengguna <i>coffee shop</i> - Analisis Data: Analisis regresi - Subjek Penelitian: Mahasiswa yang menggunakan <i>coffee shop</i> sebagai tempat belajar - Teknik Pengambilan Sampel: Uji validitas dan reliabilitas	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>customer experience</i> dan atmosfer kafe berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih <i>coffee shop</i>. Mahasiswa menilai pelayanan yang ramah, suasana nyaman, serta fasilitas seperti WiFi dan stop kontak meningkatkan kenyamanan belajar. Pengalaman positif tersebut membuat mahasiswa menjadikan <i>coffee shop</i> sebagai alternatif ruang belajar. Selain itu, kualitas layanan yang cepat dan komunikatif turut memperkuat persepsi mahasiswa terhadap pengalaman di <i>coffee shop</i>.
10.	<i>Peran Coffee Shop Dalam Menunjang Minat Belajar Di Luar Kampus Bagi Mahasiswa Universitas</i>	1. <i>Student Experience</i> 2. <i>Service Quality</i> 3. <i>Coffee Shop Experience</i>	- Kualitatif - Pengumpulan Data : Wawancara mendalam mahasiswa - Analisis Data: Sintesis tematik untuk	Penelitian ini menunjukkan <i>coffee shop</i> digunakan mahasiswa sebagai ruang belajar alternatif. Pelayanan ramah dan suasana

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian/Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Pamulang, Tangerang Selatan</i> (Raka Dwi Ramadhoni, Eva Solina, Firka Cantika Aulia Putri, 2025)		mengidentifikasi pola pengalaman pelanggan - Subjek Penelitian: Mahasiswa pengguna <i>coffee shop</i> sebagai ruang belajar - Teknik Pengambilan Sampel: Triangulasi sumber	nyaman meningkatkan pengalaman mahasiswa. Mahasiswa memanfaatkan <i>coffee shop</i> untuk diskusi dan kerja kelompok. Pengalaman positif meningkatkan intensitas kunjungan mahasiswa.
11.	<i>Analisis Pengalaman Konsumen Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Promosi Instagram, dan Lokasi: Studi Kualitatif di Kwasong Café</i> (Teguh <i>et al.</i> , 2025)	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Customer Experience</i> 3. <i>Cafe Location</i>	- Kualitatif - Pengumpulan Data: Wawancara mendalam dengan pelanggan - Analisis Data: Reduksi data, kategorisasi tematik, dan penarikan kesimpulan - Subjek Penelitian: Pelanggan Kwasong Cafe. - Keabsahan Data: Triangulasi sumber	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi determinan utama pengalaman konsumen. Pelanggan menilai pelayanan ramah dan cepat meningkatkan kenyamanan. Selain itu, lokasi dan suasana cafe memperkuat pengalaman positif pelanggan. Penelitian juga menegaskan bahwa kualitas layanan, promosi digital, dan lokasi bekerja secara sinergis membentuk pengalaman pelanggan.

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengukuran kualitas layanan dan kepuasan

pelanggan secara kuantitatif atau deskriptif. Penelitian kualitatif yang ada cenderung hanya menggambarkan pengalaman tanpa menggali makna yang lebih dalam. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan.

Setelah menguraikan penelitian-penelitian terdahulu, Tabel 2.2 berikut menjelaskan persamaan dan perbedaan utama dari penelitian-penelitian tersebut untuk mengidentifikasi celah dan memperkuat dasar penelitian ini.

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Safitri <i>et al.</i> (2025) <i>Penggunaan Coffee Shop sebagai Ruang Belajar Mahasiswa dalam Meningkatkan Konsentrasi Belajar</i>	- Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi - Terdapat persamaan penelitian tentang mahasiswa - Terdapat persamaan penelitian tentang <i>coffee shop</i>	- Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik - Fokus pada konsentrasi belajar
2.	Hermawan et al. (2025) <i>Eksplorasi Preferensi Mahasiswa terhadap Lingkungan Belajar antara Perpustakaan atau Coffee Shop (Studi Fenomenologis Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)</i>	- Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi - Terdapat persamaan penelitian tentang mahasiswa - Terdapat persamaan penelitian tentang <i>coffee shop</i>	- Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik - Fokus pada preferensi ruang belajar
3.	Kurnianto et al. (2025) <i>Study Time at the Coffee Shop: Exploring Student Motives through a Phenomenological Study</i>	- Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi - Terdapat persamaan penelitian tentang mahasiswa	- Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik - Fokus pada motivasi belajar

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		- Terdapat persamaan penelitian tentang <i>coffee shop</i>	
4.	Agustina (2025) <i>Customer Experience Analysis for Students Visiting Cafes in Padang City</i>	- Terdapat 1 variabel yang sama, yaitu <i>Customer Experience</i> - Sama-sama meneliti tentang <i>coffee shop</i> - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif -	- Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik - Objek penelitian bukan Bento Kopi - Lokasi penelitian di Padang
5.	Hilmy & Novianti (2025) <i>Kualitas Pelayanan & Suasana Café Bento Kopi Cirebon</i>	- Terdapat variabel yang sama yaitu kualitas layanan - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif - Terdapat persamaan penelitian tentang pengalaman pelanggan pada Bento Kopi	- Objek penelitian hanya fokus pada satu cabang Bento Kopi (Cirebon) - Tidak fokus pada mahasiswa - Ada variabel tambahan yaitu <i>Cafe Atmosphere</i>
6.	Putra <i>et al.</i> , (2024) <i>Eksplorasi Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan di Uragawa Coffee</i>	- Terdapat variabel yang sama yaitu kualitas layanan - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif - Terdapat persamaan penelitian tentang <i>customer experience coffee shop</i>	- Objek penelitian berbeda yaitu <i>Uragawa Coffee</i> - Tidak fokus pada mahasiswa - Menggunakan data ulasan digital
7.	Yofi Saputra, (2026) <i>Pengalaman Pelanggan terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan di Coffee Shop Tenoften Bukittinggi</i>	- Terdapat variabel yang sama yaitu kualitas layanan - sama meneliti pengalaman pelanggan - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif - Sama-sama meneliti tentang <i>coffee shop</i> -	- Tidak mengeksplorasi pengalaman mahasiswa - Lokasi penelitian berbeda, yaitu di Bukittinggi
8.	Villanueva, Tayco, & Estrope (2025) <i>Service Quality and</i>	- Terdapat variabel yang sama yaitu kualitas layanan	- Jenis penelitian yang dilakukan berbeda yaitu kuantitatif

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<i>Customer Satisfaction Among Coffee Shops</i>	- Terdapat persamaan penelitian tentang <i>coffee shop</i> menggunakan dimensi SERVQUAL	- Tidak mengeksplorasi pengalaman mahasiswa - Lokasi penelitian berbeda, yaitu di Filipina
9.	Koto <i>et al.</i> , (2023) <i>Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe dan Customer Experience terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Coffee Shop untuk Belajar</i>	- Terdapat persamaan penelitian tentang mahasiswa - Sama-sama meneliti tentang <i>coffee shop</i> - Terdapat persamaan penelitian tentang <i>customer experience</i>	- Jenis penelitian yang dilakukan berbeda yaitu kuantitatif - Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik
10.	Ramadhoni <i>et al.</i> (2025) <i>Peran Coffee Shop Dalam Menunjang Minat Belajar Di Luar Kampus Bagi Mahasiswa Universitas Pamulang, Tangerang Selatan</i>	- Terdapat persamaan penelitian tentang mahasiswa - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif - Sama-sama meneliti tentang <i>coffee shop</i>	- Tidak fokus pada kualitas layanan secara spesifik - Objek penelitian bukan Bento Kopi
11.	Teguh <i>et al.</i> (2025) <i>Analisis Pengalaman Konsumen Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Promosi Instagram, dan Lokasi: Studi Kualitatif di Kwasong Cafe</i>	- Terdapat variabel yang sama yaitu kualitas layanan - Terdapat persamaan penelitian tentang <i>customer experience</i> - Menggunakan jenis penelitian yang sama, yaitu kualitatif	- Objek penelitian bukan Bento Kopi - terdapat variabel tambahan lokasi dan promosi - Tidak mengeksplorasi pengalaman mahasiswa

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2026)

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Kualitas layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan konsep sentral dalam kajian pemasaran jasa yang menjelaskan bagaimana pelanggan mengevaluasi layanan

yang mereka terima. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mendefinisikan kualitas layanan sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap perbandingan antara harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi setelah menerima layanan tersebut (Parasuraman *et al.*, 1988). Apabila persepsi layanan melebihi harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan tinggi, sedangkan apabila persepsi berada di bawah harapan, kualitas layanan dinilai rendah.

Kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir layanan, tetapi juga mencakup proses penyampaian layanan dan interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggan. Grönroos (1990) membedakan kualitas layanan ke dalam dua komponen utama, yaitu kualitas teknis (*technical quality*), yang berkaitan dengan apa yang diterima pelanggan, serta kualitas fungsional (*functional quality*), yang berkaitan dengan bagaimana layanan tersebut diberikan (Grönroos, 1990). Kedua komponen ini secara simultan membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam perkembangannya, konsep kualitas layanan banyak diaplikasikan pada industri jasa, termasuk sektor *coffee shop*. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berperan signifikan dalam membentuk kepuasan, niat berkunjung ulang, dan loyalitas pelanggan (Zeithaml *et al.*, 2003). Pada konteks *coffee shop*, kualitas layanan tidak hanya mencakup ketepatan penyajian produk, tetapi juga kebersihan, kenyamanan fasilitas, serta sikap dan perilaku karyawan dalam melayani pelanggan (Canta *et al.*, 2024). Dalam penelitian ini, kualitas layanan dipahami sebagai pengalaman yang dimaknai oleh mahasiswa sebagai pelanggan dalam konteks interaksi mereka dengan

layanan *coffee shop*. Oleh karena itu, konsep ini menjadi landasan dalam mengeksplorasi bagaimana mahasiswa menghayati dan memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan di Bento Kopi Kota Malang.

2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Model SERVQUAL diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagai kerangka untuk menjelaskan bagaimana pelanggan membentuk penilaian terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Model ini menekankan bahwa kualitas layanan direpresentasikan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang secara kolektif merepresentasikan pengalaman layanan pelanggan (Parasuraman *et al.*, 1988). Dalam penelitian ini, kelima dimensi SERVQUAL tidak dipahami sebagai indikator pengukuran, melainkan sebagai lensa untuk memahami pengalaman mahasiswa dalam berinteraksi dengan layanan *coffee shop*.

Pendekatan ini digunakan karena penelitian tidak bertujuan mengukur kualitas layanan secara kuantitatif, tetapi menggali bagaimana mahasiswa merasakan, menghayati, dan memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, SERVQUAL digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengeksplorasi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan di Bento Kopi Kota Malang.

a. *Tangibles*

Tangibles merujuk pada bukti fisik layanan yang dapat diamati secara langsung oleh pelanggan, seperti fasilitas, peralatan, kebersihan,

desain interior, serta penampilan karyawan. Bukti fisik sering kali menjadi kesan awal yang membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan suatu usaha jasa (Parasuraman *et al.*, 1988). Dalam penelitian ini, *tangibles* tidak hanya dipahami sebagai kondisi fisik semata, tetapi juga sebagai pengalaman yang dirasakan oleh mahasiswa selama berada di *coffee shop*. Lingkungan fisik yang nyaman dapat memengaruhi suasana belajar, konsentrasi, serta kenyamanan mahasiswa dalam beraktivitas, sehingga membentuk pengalaman layanan yang bersifat subjektif dan kontekstual (Wakefield & Blodgett, 1996).

b. *Reliability*

Reliability merujuk pada kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan keakuratan pelayanan, ketepatan penyajian pesanan, serta konsistensi kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman *et al.*, 1994). Dalam perspektif pengalaman, *reliability* tidak hanya berkaitan dengan ketepatan layanan, tetapi juga bagaimana mahasiswa memaknai konsistensi tersebut dalam interaksi mereka. Layanan yang konsisten dapat menumbuhkan rasa percaya dan kenyamanan, yang pada akhirnya membentuk pengalaman positif selama berada di *coffee shop* (Grönroos, 1990).

c. *Responsiveness*

Responsiveness merujuk pada kesediaan dan kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Zeithaml *et al.*, (1996) menjelaskan bahwa daya tanggap mencerminkan komitmen penyedia jasa untuk merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan secara tepat waktu. Dalam konteks *coffee shop*, *responsiveness* dapat dilihat dari kecepatan staf dalam melayani pesanan, kesiapan dalam menangani keluhan, serta kemauan untuk membantu pelanggan ketika menghadapi kesulitan.

Dalam penelitian ini, *responsiveness* dipahami sebagai pengalaman yang dirasakan mahasiswa dalam interaksi langsung dengan karyawan. Daya tanggap yang baik tidak hanya berdampak pada efisiensi layanan, tetapi juga memengaruhi perasaan dihargai dan diperhatikan, sehingga membentuk pengalaman emosional yang positif (Ladhari, 2009).

d. Assurance

Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan melalui sikap profesional, pengetahuan terhadap produk, serta keramahan dalam pelayanan. Berry *et al.*, (1994) menekankan bahwa sikap sopan, kemampuan berkomunikasi dengan baik, serta profesionalitas karyawan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Dalam perspektif pengalaman mahasiswa, *assurance* tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga bagaimana rasa percaya dan kenyamanan tersebut dirasakan selama proses interaksi

layanan. Rasa aman dan kepercayaan ini menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman layanan yang bermakna.

e. Empathy

Empathy mengacu pada perhatian personal dan kepedulian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan. Dimensi ini menekankan kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan, bersikap ramah, serta memberikan pelayanan yang bersifat individual (Parasuraman *et al.*, 1988). Gremler & Gwinner (2000) menyatakan bahwa hubungan interpersonal yang baik antara karyawan dan pelanggan dapat menciptakan pengalaman layanan yang lebih bermakna. Dalam penelitian ini, *empathy* dipahami sebagai pengalaman interpersonal yang dirasakan mahasiswa dalam interaksi dengan karyawan. Sikap ramah, perhatian, dan kepedulian yang ditunjukkan oleh karyawan dapat membuat mahasiswa merasa dihargai sebagai individu, sehingga menciptakan pengalaman layanan yang lebih mendalam dan bermakna.

2.2.3 Pengertian Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*)

Pengalaman pelanggan merupakan konsep yang merujuk pada pengalaman menyeluruh yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan suatu layanan. Pengalaman pelanggan mencakup berbagai aspek, seperti sensorik, emosional, kognitif, dan sosial yang muncul sebagai respons terhadap interaksi layanan. Dengan demikian, konsep ini tidak hanya berkaitan dengan fungsi utama layanan, tetapi juga bagaimana pelanggan menafsirkan dan

merasakan setiap bentuk interaksi yang terjadi (Schmitt, 2000). Dalam perkembangan kajian terbaru, konsep ini juga dipahami sebagai suatu konstruksi multidimensional yang terbentuk melalui interaksi yang dinamis antara pelanggan dan penyedia jasa di berbagai titik kontak layanan (Becker & Jaakkola, 2020).

Lebih lanjut, pengalaman pelanggan dipandang sebagai nilai yang muncul ketika perusahaan mampu melibatkan pelanggan secara personal dan emosional dalam proses pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak hanya bersifat utilitarian, tetapi juga mengandung unsur emosional dan simbolik yang memberikan makna bagi pelanggan. Dalam konteks *coffee shop*, pengalaman pelanggan tidak hanya berkaitan dengan aktivitas konsumsi, tetapi juga mencakup suasana tempat, interaksi sosial, serta kesan yang dirasakan selama berada di lokasi tersebut. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan bersifat subjektif dan dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya (Meeprom & Kokkhangplu, 2025).

Selain itu, pengalaman pelanggan terbentuk melalui rangkaian interaksi yang terjadi sebelum, selama, dan setelah penggunaan layanan (Lemon & Verhoef, 2016). Setiap bentuk interaksi, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, memiliki kontribusi dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan secara keseluruhan. Interaksi tersebut dapat berupa komunikasi dengan karyawan, pemanfaatan fasilitas, hingga pengaruh dari ulasan pelanggan lain maupun media sosial yang semakin relevan dalam membentuk pengalaman pelanggan saat ini (Becker & Jaakkola, 2020).

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman pelanggan tidak hanya dipahami sebagai respons terhadap layanan, tetapi sebagai pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh individu dalam konteks kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pengalaman mahasiswa dalam menggunakan *coffee shop* dipahami sebagai hasil interaksi antara kualitas layanan dan persepsi yang terbentuk selama penggunaan layanan. Mahasiswa tidak hanya memanfaatkan *coffee shop* sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang untuk belajar, berinteraksi, dan membangun pengalaman sosial.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk menggali bagaimana mahasiswa merasakan, menghayati, dan memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan di *coffee shop*, sehingga mampu menangkap kompleksitas pengalaman yang tidak dapat dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif (Schmitt, 2000).

2.2.4 Dimensi Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*)

Pengalaman pelanggan tidak hanya dipandang sebagai konsep umum, tetapi diuraikan ke dalam beberapa dimensi yang saling berkaitan. Pendekatan ini digunakan karena pengalaman pelanggan terbentuk dari interaksi kompleks antara pelanggan, layanan, dan lingkungan yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu aspek saja (Schmitt, 2000). Dalam penelitian ini, dimensi pengalaman pelanggan tidak digunakan sebagai variabel yang berdiri sendiri, melainkan sebagai kerangka untuk membantu memahami bagaimana mahasiswa merasakan dan memaknai pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan kualitas layanan *coffee shop*. Dengan demikian, dimensi pengalaman ini

berfungsi sebagai pendukung dalam menginterpretasikan pengalaman mahasiswa secara lebih mendalam

a. Pengalaman Sensorik (*Sensory Experience*)

Pengalaman sensorik berkaitan dengan rangsangan inderawi seperti visual, suara, aroma, dan kenyamanan fisik yang membentuk persepsi awal pelanggan terhadap layanan. Dalam konteks *coffee shop*, aspek seperti desain interior, pencahayaan, dan suasana ruang berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan. Dalam penelitian ini, pengalaman sensorik dipahami sebagai bagaimana mahasiswa merasakan lingkungan fisik *coffee shop* yang kemudian memengaruhi kenyamanan, suasana belajar, dan pengalaman mereka selama berada di lokasi tersebut (Becker & Jaakkola, 2020).

b. Pengalaman Emosional (*Emotional Experience*)

Pengalaman emosional berkaitan dengan perasaan yang muncul selama interaksi layanan, seperti rasa nyaman, puas, atau kecewa. Dimensi ini berperan penting karena emosi memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan serta keputusan untuk kembali menggunakan layanan tersebut (Meeprom & Kokkhangplu, 2025). Dalam konteks penelitian ini, pengalaman emosional dipahami sebagai bagaimana mahasiswa menghayati perasaan yang muncul selama berinteraksi dengan layanan, baik yang berkaitan dengan suasana, pelayanan, maupun interaksi sosial di *coffee shop*.

c. Pengalaman Kognitif (*Cognitive Experience*)

Pengalaman kognitif mencerminkan penilaian rasional pelanggan terhadap kualitas layanan, seperti kecepatan, ketepatan, dan konsistensi pelayanan. Dalam penelitian ini, dimensi kognitif dipahami sebagai bagaimana mahasiswa menilai dan menafsirkan kualitas layanan yang mereka terima, yang kemudian membentuk persepsi mereka terhadap *coffee shop* secara keseluruhan (Parasuraman *et al.*, 1988).

d. Pengalaman Sosial (*Social Experience*)

Pengalaman sosial berkaitan dengan interaksi pelanggan dengan orang lain, baik dengan teman maupun karyawan. Dalam *coffee shop*, dimensi ini penting karena tempat tersebut sering digunakan sebagai ruang sosial untuk berinteraksi dan membangun relasi, sebagaimana dijelaskan dalam konsep *third place* (Oldenburg, 1999). Dalam penelitian ini, pengalaman sosial dipahami sebagai bagaimana interaksi antar mahasiswa maupun dengan karyawan membentuk pengalaman yang lebih luas, tidak hanya sebagai pelanggan tetapi juga sebagai bagian dari lingkungan sosial.

e. Pengalaman Fungsional (*Functional Experience*)

Pengalaman fungsional berkaitan dengan manfaat praktis yang diperoleh pelanggan, seperti ketersediaan fasilitas, kemudahan akses, dan efisiensi layanan. Dalam konteks penelitian ini, pengalaman fungsional dipahami sebagai bagaimana mahasiswa memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang yang mendukung aktivitas akademik dan sosial, sehingga membentuk pengalaman yang bersifat praktis sekaligus bermakna (Becker & Jaakkola, 2020).

2.2.5 Perilaku Konsumen Mahasiswa

Perilaku konsumen merupakan kajian yang menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam menggunakan sumber daya untuk memperoleh barang dan jasa, yang melibatkan proses psikologis dan sosial (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti gaya hidup, kebutuhan sosial, serta preferensi individu yang berkembang pada fase kehidupan yang dinamis. Kondisi ini menjadikan mahasiswa sebagai konsumen yang cenderung eksploratif dan terbuka terhadap pengalaman baru (Kotler & Keller, 2016).

Mahasiswa umumnya menjadikan *coffee shop* tidak hanya sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan akademik dan sosial, seperti belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan *coffee shop* tidak hanya didasarkan pada kualitas produk, tetapi juga pada pengalaman yang ditawarkan oleh tempat tersebut (Sari & Kusuma, 2021). Oleh karena itu, pengalaman menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa (Schmitt, 2000).

Selain itu, perkembangan teknologi dan media sosial turut memengaruhi perilaku mahasiswa dalam menentukan pilihan mereka. Mahasiswa cenderung mencari informasi melalui ulasan online, rekomendasi teman, serta konten digital sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu *coffee shop*. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak dapat dipisahkan dari pengalaman yang mereka rasakan selama berinteraksi

dengan layanan, termasuk dalam konteks kualitas layanan di *coffee shop* (Kotler & Keller, 2016).

Lebih lanjut, *coffee shop* juga berfungsi sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa yang mencerminkan identitas sosial mereka. Mahasiswa sering memilih tempat yang memiliki citra tertentu yang sesuai dengan preferensi dan nilai yang mereka anut. Dengan demikian, perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik karena berkaitan dengan pembentukan identitas diri dan pengalaman sosial (Pine & Gilmore, 2011).

Dalam perspektif fenomenologi, perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipahami sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan rasional, tetapi juga sebagai bentuk pengalaman yang dihayati (*lived experience*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perilaku mahasiswa dalam memilih dan menggunakan *coffee shop* dipandang sebagai pengalaman yang sarat makna, yang terbentuk dari interaksi antara kualitas layanan, lingkungan sosial, serta kebutuhan akademik dan personal. Pemahaman ini menjadi penting dalam penelitian untuk menggali bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan di *coffee shop*.

2.2.6 Coffee Shop sebagai Third Place

Konsep *third place* yang diperkenalkan oleh Oldenburg (1999) menjelaskan adanya ruang ketiga dalam kehidupan individu selain rumah sebagai *first place* dan tempat kerja atau kampus sebagai *second place*. Ruang ini bersifat informal dan digunakan sebagai tempat untuk berinteraksi sosial dalam suasana yang lebih santai. Kehadiran *third place* menjadi penting karena

memberikan alternatif bagi individu untuk berkomunikasi, bersosialisasi, serta melepas rutinitas sehari-hari (Oldenburg, 1999).

Bagi mahasiswa, *coffee shop* sering dimanfaatkan sebagai ruang alternatif untuk melakukan berbagai aktivitas, mulai dari belajar, mengerjakan tugas, hingga bersosialisasi dengan teman. Pemilihan *coffee shop* sebagai *third place* umumnya dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, suasana, aksesibilitas, serta peluang untuk berinteraksi dengan orang lain (Waxman, 2006).

Lebih lanjut, pengalaman yang dirasakan selama berada di *coffee shop* dapat membentuk keterikatan emosional terhadap tempat tersebut. Konsep *place attachment* menjelaskan bahwa hubungan emosional antara individu dan suatu tempat dapat terbentuk melalui pengalaman yang berulang dan bermakna (Hidalgo & Hernández, 2001). Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak hanya menjadi ruang fisik, tetapi juga ruang pengalaman yang memiliki makna sosial dan emosional bagi mahasiswa (Waxman, 2006).

Dalam perspektif fenomenologi, *coffee shop* sebagai *third place* dipahami sebagai ruang yang memungkinkan terbentuknya pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh mahasiswa. Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan, tetapi juga bagaimana mahasiswa merasakan suasana, membangun interaksi sosial, serta memaknai keberadaan *coffee shop* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, *coffee shop* menjadi ruang yang tidak hanya mendukung aktivitas, tetapi juga membentuk pengalaman dan makna yang lebih mendalam bagi mahasiswa.

Oleh karena itu, konsep *third place* dalam penelitian ini digunakan untuk memahami bagaimana konteks ruang dan lingkungan *coffee shop* turut membentuk pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan, sehingga pengalaman yang dihasilkan tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga sosial dan emosional.

2.2.7 Hubungan Kualitas Layanan dan Pengalaman Pelanggan

Kualitas layanan dan pengalaman pelanggan merupakan dua konsep yang saling berkaitan dalam membentuk penilaian pelanggan terhadap suatu layanan. Kualitas layanan menjadi dasar dalam menilai kesesuaian antara harapan dan layanan yang diterima, sedangkan pengalaman pelanggan menggambarkan bagaimana individu merasakan seluruh proses interaksi tersebut (Brady & Cronin, 2001). Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan terciptanya pengalaman yang positif (Zeithaml *et al.*, 2003).

Hubungan antara kualitas layanan dan pengalaman pelanggan tidak bersifat linear, melainkan saling memengaruhi. Pengalaman yang diperoleh pelanggan dari interaksi sebelumnya dapat membentuk persepsi mereka terhadap kualitas layanan pada interaksi selanjutnya. Oleh karena itu, konsistensi dalam penyampaian layanan menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman pelanggan yang berkelanjutan (Lemon & Verhoef, 2016).

Lebih lanjut, berbagai aspek dalam kualitas layanan turut berperan dalam membentuk pengalaman pelanggan. Lingkungan fisik, kecepatan

pelayanan, serta perhatian yang diberikan dalam interaksi layanan menjadi elemen yang memengaruhi bagaimana pelanggan merasakan dan menilai layanan secara menyeluruh (Parasuraman *et al.*, 1998). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman pelanggan memiliki keterkaitan yang erat.

Dalam perspektif fenomenologi, hubungan antara kualitas layanan dan pengalaman pelanggan tidak hanya dipahami sebagai hubungan sebab dan akibat, melainkan sebagai pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh individu dalam konteks interaksi layanan. Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya dinilai secara objektif, tetapi juga dimaknai secara subjektif berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan.

Dalam konteks penelitian ini, hubungan antara kualitas layanan dan pengalaman pelanggan lebih difokuskan pada bagaimana mahasiswa memaknai pengalaman mereka selama berinteraksi dengan layanan *coffee shop* (Schmitt, 2000). Penelitian ini tidak sekadar menilai kualitas layanan dalam kategori baik atau buruk, tetapi berupaya menggali bagaimana pengalaman tersebut terbentuk melalui interaksi nyata antara mahasiswa dan penyedia layanan. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman mahasiswa sebagai pelanggan dalam konteks layanan *coffee shop*, khususnya pada Bento Kopi di Kota Malang.

2.2.8 Persepsi Islam tentang Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Relevansi perspektif Islam dalam penelitian ini berkaitan erat dengan konteks lokasi penelitian di lingkungan kampus UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang. Sebagai perguruan tinggi berbasis Islam, UIN Malang membentuk iklim akademik dan sosial yang diwarnai oleh nilai-nilai keislaman, yang turut memengaruhi cara mahasiswanya berinteraksi, menilai, dan memaknai layanan yang mereka terima. Bento Kopi UIN yang berada dalam ekosistem kampus tersebut tidak dapat dilepaskan dari konteks nilai ini. Oleh karena itu, memahami kualitas layanan dari perspektif Islam menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari upaya menggali makna pengalaman mahasiswa secara utuh dan kontekstual. Dalam perspektif Islam, kualitas layanan merupakan bagian dari akhlak dalam bermuamalah dan mencerminkan tanggung jawab moral pelaku usaha kepada pelanggan. Prinsip utama yang ditekankan dalam kualitas layanan menurut Islam adalah ihsan, yaitu memberikan pelayanan secara optimal dan terbaik kepada orang lain. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan (ihsan).” (QS. An-Nahl: 90)

Selain ihsan, Islam juga menekankan pentingnya nilai amanah dalam setiap bentuk pelayanan. Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan menepati janji dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Allah SWT berfirman:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رُءُوفُونَ

“Dan orang-orang yang memelihara amanah-amanah dan janji-janji mereka.”
(QS. Al-Mu'minun: 8)

Secara konseptual, nilai-nilai Islam tersebut selaras dengan dimensi kualitas layanan dalam model SERVQUAL. Dimensi *reliability* mencerminkan amanah dalam memberikan layanan yang tepat dan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada pelanggan. Dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kesigapan dan kepedulian dalam membantu pelanggan, yang sejalan dengan prinsip tolong-menolong (*ta'awun*). Dimensi *assurance* mencerminkan kejujuran, kompetensi, dan profesionalisme yang menumbuhkan rasa aman serta kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, dimensi *empathy* selaras dengan prinsip ihsan melalui sikap ramah dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan dimensi *tangibles* berkaitan dengan konsep *thaharah*, yaitu kebersihan, kerapian, dan kenyamanan fasilitas pelayanan (Parasuraman *et al.*, 1988) (Sadeghi & Aghaei, 2015).

Kualitas layanan dalam perspektif Islam tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan, tetapi juga menekankan nilai moral, etika bisnis, dan tanggung jawab spiritual pelaku usaha. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik merupakan bagian dari pengamalan ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi dan sosial. Selain itu, layanan yang berlandaskan nilai tersebut berpotensi membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan dan keadilan (Ali & A. Al-Owaidan, 2008).

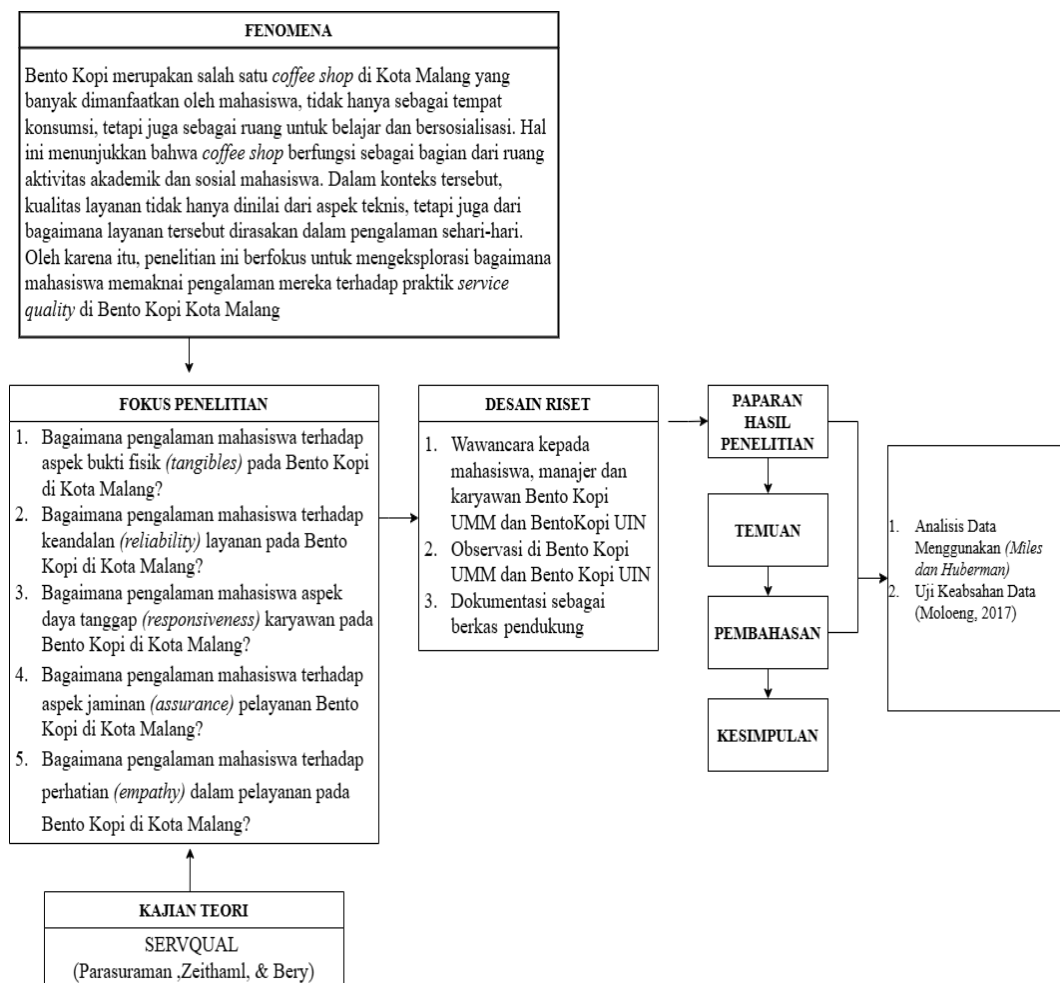
Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman pelanggan merupakan konsep yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan dipahami sebagai pengalaman yang dimaknai oleh mahasiswa

melalui interaksi yang terjadi di *coffee shop*. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali bagaimana mahasiswa merasakan, menghayati, dan memaknai pengalaman mereka terhadap kualitas layanan secara mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari.

2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan kajian teori diatas, untuk memudahkan penelitian mengenai kualitas layanan pada kedua outlet Bento Kopi di Kota Malang, maka peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena berfokus pada upaya memahami pengalaman serta persepsi mahasiswa sebagai pelanggan terhadap kualitas layanan pada *coffee shop*. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna yang muncul dari pengalaman individu dalam situasi yang alami. Menurut John W. Creswell (2018), penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2022) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengkaji objek dalam kondisi yang alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama dan proses pengumpulan data dilakukan secara mendalam.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi, pendekatan yang bertujuan untuk memahami dan mengungkap makna pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh individu terhadap suatu fenomena. Menurut Moustakas (1994), penelitian fenomenologi bertujuan untuk mengungkap esensi pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui deskripsi yang mendalam berdasarkan perspektif informan. Sejalan dengan itu, van Manen (1990) menyatakan bahwa fenomenologi berupaya memahami makna pengalaman yang dihayati individu dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan pada *coffee shop*. Penelitian ini tidak bertujuan untuk

mengukur kualitas layanan secara kuantitatif, melainkan untuk menggali bagaimana mahasiswa merasakan, menghayati, dan memaknai pengalaman mereka selama berinteraksi dengan layanan di Bento Kopi Kota Malang.

Penelitian ini juga menggunakan konsep *bracketing*, yaitu upaya peneliti untuk menangguhkan asumsi dan pengalaman pribadi agar dapat memahami pengalaman informan secara murni tanpa dipengaruhi oleh perspektif subjektif peneliti (Moustakas, 1994). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu menggambarkan esensi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan secara lebih mendalam dan autentik.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di dua cabang Bento Kopi yang berada di wilayah Malang, yaitu Bento Kopi UMM yang berlokasi di Jl. Tegalgondo, Gondang, Pendem, Kecamatan Karangploso, sekitar 5 menit dari Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), serta Bento Kopi UIN yang berada di Jl. Sunan Kalijaga, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, dengan jarak sekitar 1 menit berjalan kaki dari Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi penelitian berada pada *coffee shop* dengan merek yang sama yang beroperasi di lingkungan kampus dengan konteks penggunaan layanan yang beragam. Perbedaan konteks lingkungan tersebut memberikan peluang untuk memahami variasi pengalaman mahasiswa dalam berinteraksi dengan kualitas layanan, sehingga dapat mengungkap bagaimana pengalaman tersebut dirasakan, dihayati, dan dimaknai dalam situasi yang beragam.

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026 dalam kurun waktu kurang lebih empat bulan, yang mencakup tahap observasi awal, pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, hingga tahap analisis data serta penyusunan laporan penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyesuaikan jam operasional *coffee shop* serta mempertimbangkan waktu kunjungan mahasiswa baik pada saat kondisi ramai maupun relatif sepi. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman yang dihayati mahasiswa terhadap kualitas layanan dalam berbagai situasi layanan. Pendekatan ini sejalan dengan karakteristik penelitian fenomenologi yang menekankan pada penggalian pengalaman dalam konteks alamiah untuk memahami esensi fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022).

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sumber utama dalam memperoleh data penelitian. Dalam penelitian kualitatif fenomenologi, subjek penelitian dipilih secara purposif berdasarkan pengalaman yang dimiliki individu terhadap fenomena yang diteliti. Pemilihan subjek tidak didasarkan pada jumlah atau keterwakilan statistik, melainkan pada kedalaman pengalaman (*lived experience*) yang dimiliki informan terkait fenomena tersebut (Moustakas, 1994). Subjek dalam penelitian ini terdiri atas informan utama dan informan pendukung yang memiliki keterlibatan langsung dengan aktivitas layanan di Bento Kopi di Kota Malang.

Pemilihan subjek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa informan memiliki pengalaman, pemahaman, serta kemampuan untuk merefleksikan

pengalaman mereka terkait kualitas layanan dalam konteks penggunaan *coffee shop*. Jumlah informan dalam penelitian fenomenologi tidak ditentukan secara pasti, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan data hingga mencapai titik kejenuhan (*data saturation*), yaitu kondisi ketika data yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi memberikan informasi baru (Sugiyono, 2022).

1. Informan Utama

Informan utama dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi pelanggan Bento Kopi di Kota Malang dan memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan. Mahasiswa dipilih sebagai informan utama karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan. Dalam pendekatan fenomenologi, informan utama dipilih berdasarkan pengalaman yang dihayati (*lived experience*), sehingga mampu memberikan deskripsi yang mendalam mengenai pengalaman mereka selama berinteraksi dengan layanan *coffee shop* (Moustakas, 1994).

Adapun kriteria informan utama dalam penelitian ini meliputi:

- a) Mahasiswa yang pernah berkunjung dan melakukan konsumsi di Bento Kopi minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir.
- b) Mahasiswa yang menggunakan Bento Kopi sebagai tempat untuk melakukan aktivitas seperti belajar, berdiskusi, atau bersosialisasi.
- c) Mahasiswa yang mampu menceritakan dan merefleksikan pengalaman mereka secara mendalam terkait kualitas layanan yang diterima.

- d) Mahasiswa yang bersedia mengikuti wawancara mendalam dan mampu mengkomunikasikan pengalaman secara verbal dalam sesi wawancara.

2. Informan Pendukung

Informan pendukung dalam penelitian ini meliputi manajer dan pegawai Bento Kopi di Kota Malang. Informan pendukung dipilih karena memiliki peran langsung dalam pelaksanaan dan pengelolaan layanan, sehingga dapat memberikan informasi mengenai standar layanan, prosedur operasional, serta dinamika pelayanan yang berlangsung dalam praktik sehari-hari. Informasi dari informan pendukung digunakan untuk melengkapi dan memperkaya pemahaman peneliti terhadap konteks layanan, sehingga interpretasi terhadap pengalaman mahasiswa dapat dilakukan secara lebih komprehensif (Sugiyono, 2022).

Untuk memperjelas subjek penelitian, peneliti menyajikan profil informan yang memuat inisial, status, usia, serta *outlet* yang dikunjungi. Penyajian ini bertujuan memberikan gambaran latar belakang informan sehingga konteks pengalaman yang disampaikan dapat dipahami secara lebih jelas. Jumlah informan bersifat fleksibel dan ditentukan hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*). Secara umum, penelitian ini melibatkan sekitar 8 mahasiswa sebagai informan utama, dan 3 informan pendukung yang terdiri dari 1 manajer serta 2 pegawai dari masing-masing outlet Bento Kopi.

Tabel 3. 1 Profil Informan Penelitian

No.	Nama	Status	Usia	Peran	Outlet
1	M. Mustofa Kamal	Mahasiswa UIN Malang	21 Tahun	Utama	Bento Kopi UMM Malang
2	Mirna Suci	Mahasiswa UMM Malang	25 Tahun	Utama	Bento Kopi UMM Malang
3	Eva Khofifah	Mahasiswa UMM Malang	23 Tahun	Utama	Bento Kopi UMM Malang
4	Ardhito Alifiansyah	Mahasiswa UMM Malang	24 Tahun	Utama	Bento Kopi UMM Malang
5	Danis Vivi	Mahasiswa UIN Malang	21 Tahun	Utama	Bento Kopi UIN Malang
6	Silfina Karomatul	Mahasiswa UM Malang	22 Tahun	Utama	Bento Kopi UIN Malang
7	Anaqotul Fadila	Mahasiswa UIN Malang	23 Tahun	Utama	Bento Kopi UIN Malang
8	Thoriq A'raf	Mahasiswa UIN Malang	20 Tahun	Utama	Bento Kopi UIN Malang
9	Mario	Manajer	25 Tahun	Pendukung	Bento Kopi UIN Malang
10	Toifur Rohman	Manajer	25 Tahun	Pendukung	Bento Kopi UMM Malang
11	Novryan Ramdhan	Kasir/Server	23 Tahun	Pendukung	Bento Kopi UMM Malang
12	Jety Riski	Head Barista/Kasir	22 Tahun	Pendukung	Bento Kopi UIN Malang

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2026)

3.4 Data dan Jenis Data

Data merupakan hasil pencatatan yang diperoleh peneliti selama proses penelitian berlangsung (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian kualitatif fenomenologi, data memiliki peran penting sebagai dasar untuk memahami dan mengungkap makna pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh subjek penelitian. Data tidak hanya dipandang sebagai informasi, tetapi sebagai representasi dari pengalaman, persepsi, serta makna yang dibentuk oleh individu terhadap fenomena yang diteliti (Moustakas, 1994). Dalam penelitian ini, data

dikelola secara sistematis melalui catatan lapangan, transkrip wawancara, serta dokumen pendukung agar dapat dianalisis secara bertahap dan mendalam (Miles & Huberman, 1994). Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer menurut Bungin (2017) merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama tanpa melalui perantara. Dalam penelitian fenomenologi, data primer berfokus pada pengalaman yang dihayati oleh informan terkait fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pendekatan fenomenologis. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memahami konteks lingkungan, suasana, serta dinamika pelayanan yang berlangsung di Bento Kopi.

Sementara itu, wawancara mendalam menjadi teknik utama dalam pengumpulan data, yang bertujuan untuk menggali pengalaman mahasiswa secara lebih mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan reflektif, sehingga informan dapat menceritakan pengalaman mereka dalam merasakan, menghayati, dan memaknai kualitas layanan yang diterima. Informan dalam penelitian ini meliputi mahasiswa sebagai informan utama yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan, serta pihak manajemen dan karyawan sebagai informan pendukung yang memberikan informasi mengenai konteks pelayanan.

Dengan demikian, data primer dalam penelitian ini berupa deskripsi pengalaman yang dihayati oleh mahasiswa serta data verbal dari wawancara mendalam yang menggambarkan bagaimana mereka memaknai kualitas layanan dalam konteks penggunaan *coffee shop*. Data ini menjadi sumber utama dalam memahami esensi fenomena yang diteliti secara mendalam dan kontekstual.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Bungin (2017) data sekunder adalah data yang tidak diperoleh dari sumber pertama secara langsung, namun dapat digunakan untuk mendukung dan memperkuat data primer. Data sekunder berfungsi sebagai sumber pendukung untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap konteks pengalaman yang dihayati oleh informan.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumentasi berupa foto fasilitas coffee shop, menu, kondisi ruang, serta catatan lapangan yang berkaitan dengan aktivitas layanan di Bento Kopi UMM dan Bento Kopi UIN. Dokumentasi tersebut digunakan untuk membantu peneliti memahami konteks lingkungan dan situasi yang melatarbelakangi pengalaman mahasiswa dalam berinteraksi dengan layanan.

Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Data ini digunakan untuk memperkuat interpretasi peneliti dalam memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap kualitas

layanan, sehingga hasil penelitian dapat disusun secara lebih sistematis, kontekstual, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Bungin (2017) data sekunder adalah data yang tidak diperoleh dari sumber pertama secara langsung, namun dapat digunakan untuk mendukung dan memperkuat data primer. Data sekunder berfungsi sebagai sumber pendukung untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap konteks pengalaman yang dihayati oleh informan.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumentasi berupa foto fasilitas *coffee shop*, menu, kondisi ruang, serta catatan lapangan yang berkaitan dengan aktivitas layanan di Bento Kopi UMM dan Bento Kopi UIN. Dokumentasi tersebut digunakan untuk membantu peneliti memahami konteks lingkungan dan situasi yang melatarbelakangi pengalaman mahasiswa dalam berinteraksi dengan layanan.

Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Data ini digunakan untuk memperkuat interpretasi peneliti dalam memahami makna pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan, sehingga hasil penelitian dapat disusun secara lebih sistematis, kontekstual, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam konteks alamiah (*natural setting*) dengan memanfaatkan berbagai teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian fenomenologi, teknik pengumpulan data tersebut digunakan untuk menggali pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan secara mendalam (Moustakas, 1994, van Manen, 1990).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data agar diperoleh data yang lebih kaya, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dijelaskan sebagai berikut:

3.5.1 Wawancara

Menurut Moleong (2017), wawancara merupakan percakapan antara peneliti dengan informan yang bertujuan untuk memperoleh informasi tertentu. Wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik utama untuk menggali pengalaman mahasiswa secara mendalam terkait kualitas layanan pada Bento Kopi UMM dan Bento Kopi UIN. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur, sehingga peneliti tetap memiliki arah pertanyaan namun memberikan ruang bagi informan untuk mengembangkan jawaban sesuai dengan pengalaman yang mereka miliki (Moleong, 2017).

Dalam pendekatan fenomenologi, wawancara diarahkan untuk menggali pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan, khususnya bagaimana mahasiswa merasakan, memahami, dan memaknai kualitas layanan selama berinteraksi dengan *coffee shop* (Moustakas, 1994). Oleh karena itu, pertanyaan yang diajukan tidak hanya berfokus pada apa yang terjadi, tetapi juga bagaimana pengalaman tersebut dirasakan dan dimaknai oleh informan.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive* berdasarkan pengalaman langsung yang dimiliki terhadap fenomena yang diteliti. Kriteria informan utama meliputi: mahasiswa yang pernah berkunjung dan melakukan konsumsi di Bento Kopi minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir, menggunakan *coffee shop* sebagai tempat untuk belajar, berdiskusi, atau bersosialisasi, serta mampu merefleksikan dan mengkomunikasikan pengalaman mereka secara mendalam dalam sesi wawancara. Selain kriteria tersebut, peneliti juga mempertimbangkan variasi waktu kunjungan, baik pada kondisi ramai maupun relatif sepi untuk memperoleh ragam pengalaman layanan yang lebih kaya. Apabila kejenuhan data belum tercapai, pemilihan informan dapat dikembangkan melalui teknik *snowball sampling* hingga tidak ditemukan informasi baru yang signifikan (Sugiyono, 2022).

Jumlah informan bersifat fleksibel, dengan estimasi awal sebanyak 8 mahasiswa sebagai informan utama, serta 3 informan pendukung yang terdiri dari 1 manajer serta 2 pegawai dari masing-masing outlet Bento Kopi. Pedoman wawancara disusun berdasarkan dimensi kualitas layanan sebagai kerangka konseptual, namun digunakan secara fleksibel untuk membantu

peneliti menggali pengalaman informan. Dalam penelitian ini, dimensi tersebut tidak digunakan sebagai alat ukur kuantitatif, melainkan sebagai panduan dalam memahami pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan.

Tabel 3. 2 Data Wawancara

No	Fokus Pengalaman	Informan	Makna Pengalaman
1.	Pengalaman mahasiswa terhadap aspek bukti fisik (<i>tangibles</i>) pada Bento Kopi	1. Mahasiswa 2. Pegawai	Pengalaman mahasiswa dalam merasakan dan memaknai kondisi fisik, fasilitas, kebersihan, dan kenyamanan lingkungan <i>coffee shop</i>
2.	Pengalaman mahasiswa terhadap aspek keandalan (<i>reliability</i>) pada Bento Kopi	1. Mahasiswa 2. Pegawai	Pengalaman mahasiswa dalam merasakan dan memaknai ketepatan pelayanan, kesesuaian pesanan, dan konsistensi layanan yang diterima mahasiswa
3.	Pengalaman mahasiswa terhadap aspek daya tanggap (<i>responsiveness</i>) karyawan Bento Kopi	1. Mahasiswa 2. Pegawai	Pengalaman mahasiswa dalam merasakan dan memaknai kecepatan dan kesiapan karyawan dalam merespon kebutuhan dan keluhan pelanggan
4.	Pengalaman mahasiswa terhadap aspek jaminan (<i>assurance</i>) pelayanan Bento Kopi	1. Mahasiswa 2. Pegawai	Pengalaman mahasiswa dalam merasakan dan memaknai rasa aman, kepercayaan, serta kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan
5.	Pengalaman mahasiswa terhadap aspek perhatian (<i>empathy</i>) dalam pelayanan Bento Kopi	1. Mahasiswa 2. Pegawai	Pengalaman mahasiswa dalam merasakan dan memaknai sikap ramah, kepedulian, dan perhatian karyawan terhadap pelanggan

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

3.5.2 Observasi

Observasi adalah proses pengamatan yang dilakukan peneliti untuk mengetahui fenomena, perilaku, budaya, dan motif dari objek yang diteliti (Moleong, 2017). Dalam penelitian fenomenologi, observasi digunakan untuk membantu peneliti memahami konteks pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan dalam situasi yang alamiah.

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memahami dinamika layanan serta situasi yang melatarbelakangi pengalaman mahasiswa sebagai pelanggan. Observasi difokuskan pada interaksi antara karyawan dan pelanggan, suasana *coffee shop*, kondisi fasilitas, serta lingkungan fisik yang memengaruhi pengalaman mahasiswa selama berada di lokasi. Melalui observasi, peneliti tidak hanya mengumpulkan data faktual, tetapi juga berupaya memahami bagaimana konteks lingkungan dan interaksi layanan membentuk pengalaman yang dirasakan oleh mahasiswa. Dengan demikian, observasi berfungsi sebagai pelengkap data wawancara dalam menginterpretasikan pengalaman informan secara lebih komprehensif.

Observasi dilakukan pada waktu yang berbeda, baik pada kondisi ramai maupun relatif sepi, untuk memahami variasi situasi layanan yang dapat memengaruhi pengalaman mahasiswa. Selain itu, observasi diarahkan pada aspek-aspek kualitas layanan sebagai kerangka konseptual, namun digunakan secara fleksibel untuk membantu peneliti memahami pengalaman yang muncul dalam konteks nyata di lapangan.

Tabel 3. 3 Data Observasi

No	Fokus Pengamatan	Lokasi	Konteks yang Diamati
1	Pengamatan aspek bukti fisik (<i>tangibles</i>) pada Bento Kopi	Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang	Pengamatan terhadap kondisi fisik dan suasana lingkungan yang berpotensi memengaruhi kenyamanan dan pengalaman mahasiswa
2	Pengamatan aspek keandalan (<i>reliability</i>) pada Bento Kopi	Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang	Pengamatan terhadap ketepatan pelayanan, kesesuaian pesanan, dan konsistensi layanan
3	Pengamatan aspek daya tanggap (<i>responsiveness</i>) karyawan	Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang	Pengamatan terhadap kecepatan dan kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan
4	Pengamatan aspek jaminan (<i>assurance</i>) pelayanan	Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang	Pengamatan mengenai sikap profesional, pengetahuan karyawan, serta rasa aman dalam pelayanan
5	Pengamatan aspek perhatian (<i>empathy</i>) dalam pelayanan	Bento Kopi UMM Malang dan Bento Kopi UIN Malang	Pengamatan mengenai sikap ramah, kepedulian, dan perhatian karyawan terhadap pelanggan

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

3.5.3 Dokumentasi

Menurut Moleong (2017), dokumentasi merupakan teknik menganalisis bahan tertulis atau film yang disiapkan untuk kebutuhan penelitian. Dalam penelitian fenomenologi, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap konteks pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data berupa foto kondisi *coffee shop*, fasilitas yang tersedia, suasana ruang, menu, serta aktivitas pelayanan yang berkaitan dengan

pengalaman mahasiswa sebagai pelanggan. Dokumentasi ini membantu peneliti dalam memahami konteks lingkungan dan situasi yang melatarbelakangi pengalaman informan selama berinteraksi dengan layanan.

Selain itu, dokumentasi juga mencakup informasi tambahan yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti jam operasional, media sosial resmi *coffee shop*, serta informasi pendukung lainnya. Data dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat hasil wawancara dan observasi, sehingga interpretasi terhadap pengalaman mahasiswa dapat dilakukan secara lebih komprehensif, kontekstual, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 3. 4 Data Dokumentasi

No	Fokus Dokumentasi	Konteks yang Didokumentasikan	Bentuk Dokumentasi
1.	Dokumentasi aspek bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Fasilitas dan lingkungan <i>coffee shop</i>	Dokumentasi kondisi fisik dan lingkungan <i>coffee shop</i> yang berkaitan dengan kenyamanan dan pengalaman mahasiswa
2.	Dokumentasi aspek keandalan (<i>reliability</i>)	Proses pelayanan	Dokumentasi proses pelayanan yang mencerminkan pengalaman interaksi mahasiswa dengan layanan
3.	Dokumentasi aspek daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Aktivitas pelayanan karyawan	Dokumentasi interaksi layanan yang menggambarkan hubungan antara karyawan dan pelanggan
4.	Dokumentasi aspek jaminan (<i>assurance</i>)	Profesionalitas pelayanan	Dokumentasi yang menunjukkan sikap dan kesiapan karyawan dalam melayani
5.	Dokumentasi aspek perhatian (<i>empathy</i>)	Bentuk perhatian kepada pelanggan	Dokumentasi proses pelayanan yang

			menunjukkan keramahan dan kepedulian karyawan
--	--	--	---

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

3.6 Analisis Data

Analisis data menurut (Basrowi & Suwandi, 2008) adalah tahapan penelitian yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menyaring data yang diperoleh untuk kemudian diorganisasikan sesuai kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan pendekatan fenomenologi yang berfokus pada upaya memahami makna pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh mahasiswa sebagai pelanggan dalam berinteraksi dengan kualitas layanan *coffee shop*. Pendekatan ini mengacu pada pemikiran Moustakas (1994) yang menyatakan bahwa analisis fenomenologi bertujuan untuk mengungkap esensi pengalaman individu terhadap suatu fenomena secara mendalam.

Dalam prosesnya, penelitian ini juga mengadopsi model analisis interaktif dari Miles & Huberman (1994) sebagai kerangka umum dalam pengelolaan data. Namun demikian, model tersebut tidak digunakan sebagai pendekatan utama, melainkan sebagai pendukung dalam proses pengorganisasian data, sedangkan analisis inti tetap berfokus pada tahapan fenomenologi. Dengan demikian, analisis data dalam penelitian ini tidak hanya berfokus pada proses reduksi dan penyajian data, tetapi juga pada upaya memahami makna dan esensi pengalaman mahasiswa secara mendalam dalam konteks penggunaan layanan *coffee shop*. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.6.1 Transkripsi Data

Tahap awal analisis data dilakukan dengan mentranskripsikan seluruh hasil wawancara secara verbatim, yaitu menuliskan kembali seluruh percakapan antara peneliti dan informan sesuai dengan apa yang diucapkan tanpa mengubah maknanya. Proses ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai pengalaman informan (Miles & Huberman, 1994). Selain data wawancara, peneliti juga mengumpulkan catatan observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung. Data tersebut digunakan untuk memahami konteks layanan, situasi lingkungan, serta interaksi yang terjadi, sehingga pengalaman mahasiswa dapat dipahami secara lebih komprehensif (Sugiyono, 2022).

3.6.2 *Bracketing (Epoche)*

Tahap selanjutnya adalah *bracketing* atau *epoche*, yaitu proses di mana peneliti berusaha menanggukuhkan asumsi, pengalaman pribadi, serta pengetahuan awal yang dimiliki terkait fenomena yang diteliti. Langkah ini bertujuan agar peneliti dapat memandang fenomena secara lebih objektif dan tidak terpengaruh oleh bias subjektif.

Menurut Moustakas (1994), *epoche* merupakan tahapan penting dalam fenomenologi karena memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman informan sebagaimana yang mereka alami dan maknai. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan refleksi diri secara berkelanjutan agar tetap menjaga posisi netral selama proses analisis.

3.6.3 *Horizontalization*

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting (*significant statements*) yang berkaitan dengan pengalaman informan terhadap kualitas layanan. Setiap pernyataan diperlakukan memiliki bobot yang sama untuk menghindari subjektivitas dalam pemilihan data. Proses ini bertujuan untuk menangkap berbagai pengalaman informan secara menyeluruh, baik yang berkaitan dengan aspek fisik layanan, interaksi dengan karyawan, maupun suasana yang dirasakan selama berada di *coffee shop* (Moustakas, 1994). Selain itu, tahap ini juga membantu peneliti dalam memastikan bahwa tidak ada pengalaman penting yang terlewatkan dalam proses analisis.

3.6.4 *Pengelompokan Unit Makna (Meaning Units)*

Pengelompokan unit makna dilakukan dengan mengidentifikasi pernyataan pernyataan penting kemudian dikelompokkan ke dalam unit-unit makna berdasarkan kesamaan tema. Tahap ini bertujuan untuk menemukan pola pengalaman yang muncul dari berbagai informan. Dalam penelitian ini, pengelompokan unit makna diarahkan pada pengalaman mahasiswa terhadap aspek kualitas layanan, seperti bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Parasuraman *et al.*, 1988). Namun, aspek tersebut digunakan sebagai kerangka konseptual untuk membantu analisis, bukan sebagai indikator pengukuran kuantitatif. Dengan demikian, peneliti tetap berfokus pada makna pengalaman yang muncul dari data, bukan pada kategori yang kaku.

3.6.5 Deskripsi Tekstural (*What*)

Tahap selanjutnya adalah menyusun deskripsi tekstural, yaitu menggambarkan apa yang dialami oleh informan terkait kualitas layanan. Deskripsi ini disusun berdasarkan pengalaman nyata yang disampaikan oleh informan, seperti kenyamanan tempat, kecepatan pelayanan, serta interaksi dengan karyawan. Menurut Moustakas (1994), deskripsi tekstural bertujuan untuk memberikan gambaran rinci mengenai pengalaman yang dialami individu terhadap suatu fenomena. Selain itu, deskripsi ini juga berfungsi untuk mempertahankan kedekatan antara data dan pengalaman asli informan.

3.6.6 Deskripsi Struktural (*How*)

Setelah deskripsi tekstural disusun, peneliti mengembangkan deskripsi struktural yang menjelaskan bagaimana pengalaman tersebut terjadi, termasuk kondisi, situasi, dan konteks yang memengaruhi pengalaman informan. Dalam penelitian ini, konteks tersebut mencakup lokasi *coffee shop* di lingkungan kampus, waktu kunjungan (ramai atau sepi), tujuan mahasiswa datang, serta interaksi sosial yang terjadi selama penggunaan layanan. Deskripsi ini membantu menjelaskan bahwa pengalaman tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional (van Manen, 1990). Dengan demikian, peneliti dapat memahami hubungan antara pengalaman individu dan konteks yang melatarbelakanginya.

3.6.7 Sintesis Makna dan Esensi Pengalaman

Tahap akhir dalam analisis data adalah menyusun sintesis makna dan esensi pengalaman. Pada tahap ini, peneliti mengintegrasikan deskripsi

tekstural dan struktural untuk menemukan inti pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan. Menurut Moustakas (1994), esensi pengalaman merupakan pemahaman mendalam yang menggambarkan makna utama dari pengalaman individu terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, esensi pengalaman menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya dipahami sebagai aspek teknis, tetapi juga sebagai pengalaman yang berkaitan dengan kenyamanan, interaksi sosial, serta aktivitas mahasiswa di *coffee shop*. Hasil sintesis ini menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian.

3.7 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian fenomenologi, keabsahan data juga berkaitan dengan sejauh mana peneliti mampu merepresentasikan pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan secara akurat dan mendalam. Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu pengujian data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber maupun melalui berbagai teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2022).

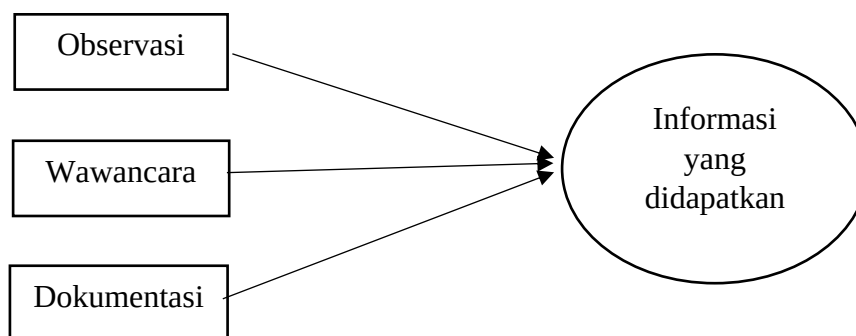
Menurut Sugiyono (2022) triangulasi dapat dilakukan melalui triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan kedua jenis triangulasi tersebut untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat konsisten dan sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan.

3.7.1 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian fenomenologi, triangulasi teknik digunakan untuk memperkuat pemahaman terhadap pengalaman informan melalui berbagai sudut pandang data.

Data dikatakan kredibel apabila informasi yang diperoleh dari hasil wawancara mengenai pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan menunjukkan kesesuaian dengan kondisi nyata yang ditemukan melalui observasi langsung, serta didukung oleh dokumentasi yang relevan (Patton, 2002). Dalam penelitian ini, triangulasi teknik digunakan untuk memastikan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan dipahami secara komprehensif, tidak hanya berdasarkan narasi informan, tetapi juga didukung oleh konteks nyata yang diamati di lapangan.

Gambar 3. 1 Uji Keabsahan Data Model Triangulasi Teknik



Sumber : Sugiyono (2022)

3.7.2 Triangulasi Sumber

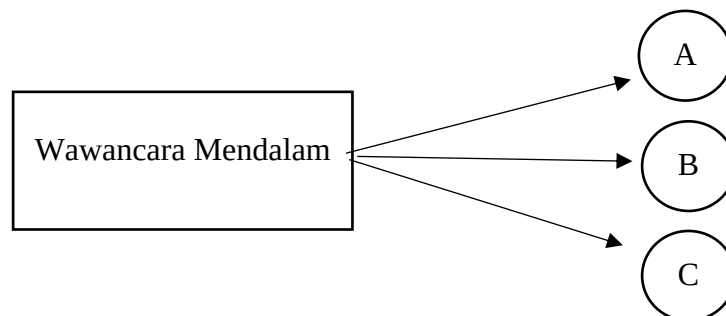
Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan yang berbeda. Menurut Sugiyono (2022),

triangulasi sumber bertujuan untuk mengecek kebenaran data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang memiliki sudut pandang berbeda terhadap fenomena yang sama. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari mahasiswa sebagai pelanggan serta pihak internal seperti karyawan atau manajer yang terlibat dalam proses pelayanan. Dalam perspektif fenomenologi, triangulasi sumber tidak hanya digunakan untuk membandingkan data, tetapi juga untuk memperkaya pemahaman peneliti terhadap pengalaman yang dihayati (*lived experience*) oleh informan dari berbagai sudut pandang.

Data yang diperoleh dari berbagai informan tersebut dianalisis untuk melihat konsistensi informasi terkait pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan. Sejalan dengan Patton (2002), data dinilai memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi apabila ditemukan kesesuaian atau kecenderungan informasi yang serupa dari berbagai sumber.

Dengan demikian, penggunaan triangulasi sumber dalam penelitian ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman mengenai pengalaman mahasiswa dalam menerima kualitas layanan, sehingga hasil penelitian dapat dijelaskan secara lebih mendalam dan komprehensif.

Gambar 3. 2 Uji Keabsahan Data Model Triangulasi Sumber



Sumber : Sugiyono (2022)

Keterangan :

A : Mahasiswa (Informan Utama)

B : Manajer

C : Karyawan/Pegawai

3.7.3 Member Checking

Selain menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber, penelitian ini juga menerapkan *member checking* sebagai upaya untuk meningkatkan kredibilitas data. Menurut Moustakas (1994), *member checking* merupakan proses mengembalikan hasil wawancara, deskripsi pengalaman, maupun interpretasi peneliti kepada informan untuk memperoleh konfirmasi mengenai kesesuaian makna yang telah ditafsirkan peneliti dengan pengalaman yang sebenarnya dialami oleh informan.

Dalam penelitian ini, *member checking* dilakukan setelah proses analisis data awal dan penyusunan tema-tema pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi. Peneliti akan menunjukkan ringkasan hasil wawancara serta interpretasi yang telah dibuat kepada informan untuk memastikan bahwa deskripsi dan makna pengalaman yang disajikan telah sesuai dengan

pengalaman yang mereka maksudkan. Informan diberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan, klarifikasi, koreksi, maupun penambahan informasi apabila terdapat bagian yang kurang tepat atau belum menggambarkan pengalaman mereka secara utuh.

Melalui proses *member checking*, peneliti dapat meminimalkan kesalahan interpretasi dan meningkatkan keakuratan temuan penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh tidak hanya berasal dari penafsiran peneliti, tetapi juga telah memperoleh konfirmasi langsung dari informan sebagai pihak yang mengalami fenomena tersebut, sehingga kredibilitas dan keabsahan data dapat lebih terjamin (Moustakas, 1994).

3.8 Teknik Pembahasan dan Penarikan Kesimpulan

Setelah proses pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data dilakukan, peneliti selanjutnya melakukan tahap pembahasan untuk menginterpretasikan makna pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan di Bento Kopi Kota Malang. Pembahasan dilakukan dengan menghubungkan hasil temuan lapangan dengan kerangka berpikir penelitian yang berlandaskan dimensi kualitas layanan SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman *et al.*, 1988).

Dalam penelitian ini, kelima dimensi SERVQUAL tidak digunakan sebagai alat ukur kuantitatif, melainkan sebagai lensa interpretatif untuk memahami pengalaman mahasiswa secara fenomenologis. Oleh karena itu, pengalaman mahasiswa yang diperoleh melalui wawancara mendalam akan dikategorikan, diinterpretasikan, dan dianalisis berdasarkan bagaimana informan memaknai

pengalaman mereka terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan tersebut. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman hidup (*lived experience*) informan secara mendalam sesuai dengan perspektif dan kesadaran yang mereka alami secara langsung (Moustakas, 1994).

Tahap pembahasan dilakukan dengan menguraikan pengalaman mahasiswa secara mendalam berdasarkan tema-tema yang muncul dari hasil wawancara. Selanjutnya, peneliti menghubungkan temuan tersebut dengan teori kualitas layanan, pengalaman pelanggan, serta konsep fenomenologi untuk memahami makna pengalaman yang dialami informan dalam konteks penggunaan *coffee shop* sebagai ruang aktivitas akademik dan sosial (Schmitt, 2000). Dengan demikian, pembahasan tidak hanya berfokus pada deskripsi pengalaman, tetapi juga pada interpretasi makna yang terkandung dalam pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi Kota Malang.

Adapun penarikan kesimpulan dilakukan dengan merumuskan esensi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan di Bento Kopi Kota Malang berdasarkan keseluruhan hasil interpretasi data. Kesimpulan disusun sesuai fokus penelitian dan kerangka berpikir yang digunakan, sehingga mampu menjelaskan bagaimana mahasiswa memaknai kualitas layanan melalui pengalaman langsung yang mereka alami selama menggunakan layanan *coffee shop*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Profil Bento Kopi

Bento Kopi merupakan salah satu merek kedai kopi lokal yang berada di bawah naungan PT. Bento Group Indonesia yang bergerak di bidang *Food & Beverage* (F&B). Usaha ini didirikan oleh Hairul Umam Bento pada tanggal 10 November 2012 di Yogyakarta. Bisnis ini bermula dari langkah berani sang pendiri yang saat itu masih berstatus sebagai mahasiswa tahun kedua. Dengan melihat peluang di sektor kuliner, ia mengambil alih sebuah rumah makan yang hampir bangkrut dan mengubah konsepnya menjadi kafe edukatif yang menggabungkan tempat nongkrong dengan komunitas belajar bahasa Inggris. Respons positif dari kalangan mahasiswa membuat bisnis ini berkembang pesat. Usaha ini kemudian diambil alih sepenuhnya oleh Hairul Umam Bento dan resmi menjadi Bento Kopi di bawah naungan PT Bento Group Indonesia. Dari kedai sederhana di kawasan kampus, Bento Kopi terus berekspansi hingga memiliki lebih dari 70 cabang yang tersebar di seluruh Pulau Jawa, termasuk di Kota Malang.

Bento Kopi menyediakan berbagai pilihan menu minuman kopi dan non-kopi, serta makanan ringan maupun makanan berat yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, khususnya mahasiswa. Selain menawarkan produk makanan dan minuman, Bento Kopi juga menghadirkan fasilitas pendukung

seperti area *semi indoor* dan *outdoor*, akses WiFi, stop kontak, serta suasana tempat yang nyaman untuk belajar, berdiskusi, maupun bersosialisasi.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 18 April 2026, Bento Kopi Malang beroperasi setiap hari mulai pukul 09.00 hingga 00.00 WIB. Jam operasional yang panjang dan fleksibel ini sangat sejalan dengan tren gaya hidup *Work From Cafe* (WFC) atau belajar di luar rumah, di mana mahasiswa memanfaatkan Bento Kopi sebagai ruang kerja alternatif yang akomodatif, baik dari pagi hingga tengah malam.

Gambar 4. 1 Logo Bento Kopi



Sumber: Dokumentasi logo Bento Kopi, 2026

Logo Bento Kopi digunakan sebagai identitas visual perusahaan yang merepresentasikan citra dan karakter usaha *coffee shop* Bento Kopi. Logo tersebut digunakan pada papan *outlet*, media promosi, kemasan produk, serta berbagai platform digital yang dimiliki Bento Kopi sebagai bagian dari identitas merek perusahaan.

4.1.2 Visi Misi Bento Kopi

Adapun visi dan misi Bento Kopi adalah sebagai berikut.

a. Visi

Bento Kopi ingin menjadi pemimpin pasar dalam industri kopi Indonesia, dengan fokus pada inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

b. Misi

1. Inovasi Bisnis: Mengembangkan ide dan konsep bisnis yang memberikan hasil optimal, baik dari segi efisiensi, efektivitas, maupun keuntungan.
2. Kolaborasi: Membangun kemitraan yang kuat dengan berbagai pihak untuk menciptakan inovasi bersama dan mencapai pertumbuhan bersama.

4.1.3 Struktur Karyawan Operasional Bento Kopi

Gambar 4. 2 Struktur Karyawan Operasional Bento Kopi



Sumber: Dokumentasi Struktur Karyawan Operasional Bento Kopi, 2026

Berdasarkan struktur operasional tersebut, posisi tertinggi dalam operasional *outlet* dipegang oleh *General Manager* yang bertanggung jawab terhadap pengawasan dan pengelolaan operasional secara umum. Dalam pelaksanaannya, *General Manager* membawahi *Store Manager* sebagai penanggung jawab utama di tingkat *outlet* yang mengatur jalannya aktivitas operasional harian. Selain itu, terdapat bagian *Purchase* yang bertugas mengatur kebutuhan pengadaan bahan dan perlengkapan operasional *outlet*.

Pada pelaksanaan teknis di lapangan, operasional dibagi ke dalam dua bagian utama, yaitu *Head Bar/Kasir* dan *Head Kitchen*. *Head Bar/Kasir* bertanggung jawab terhadap pelayanan area depan yang meliputi aktivitas kasir, penyajian minuman, serta pelayanan langsung kepada pelanggan melalui *server*. Sementara itu, *Head Kitchen* bertanggung jawab terhadap proses produksi makanan dan menjaga kualitas hidangan yang disajikan kepada pelanggan.

Selain bagian utama tersebut, operasional Bento Kopi juga didukung oleh *Cleaning Area* yang bertugas menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan *coffee shop*, serta petugas keamanan (satpam) yang bertanggung jawab menjaga keamanan area *outlet*. Pembagian tugas yang terstruktur tersebut mendukung kelancaran operasional dan membantu menjaga konsistensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Bento Kopi.

4.1.4 Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada dua cabang Bento Kopi yang berada di Kota Malang, yaitu Bento Kopi UMM dan Bento Kopi UIN. Pemilihan kedua

lokasi tersebut didasarkan pada dominasi pelanggan dari kalangan mahasiswa serta adanya perbedaan karakteristik lingkungan dan suasana pada masing-masing *outlet*. Perbedaan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih beragam mengenai pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan *coffee shop*.

1. Gambaran Fisik Bento Kopi UMM Malang

Bento Kopi UMM Malang berlokasi di kawasan Tegalondo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, yang berada di sekitar Universitas Muhammadiyah Malang. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 18 Maret 2026, cabang ini memiliki area yang relatif luas dengan kapasitas lebih dari 300 pengunjung, sehingga mampu menampung pelanggan dalam jumlah besar baik secara individu maupun kelompok. Dari segi penataan ruang, Bento Kopi UMM Malang mengusung konsep terbuka yang memadukan area *indoor AC*, *semi-outdoor*, dan *outdoor*. Lokasi *outlet* yang berada di dekat area persawahan menciptakan suasana yang cenderung lebih terbuka dan nyaman bagi pengunjung. Selain itu, tersedia area lesehan *outdoor* dengan *beanbag*, area *indoor AC*, serta area duduk dengan meja dan kursi yang mendukung kenyamanan pengunjung dalam belajar maupun bersosialisasi. Gambaran area Bento Kopi UMM Malang dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut.

Gambar 4. 3 Area Bento Kopi UMM Malang



Sumber : Dokumentasi Area Bento Kopi UMM Malang, 2026

Selain memiliki area yang cukup luas, Bento Kopi UMM Malang juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung, seperti akses WiFi, mushola yang luas, serta tiga kamar mandi yang dapat digunakan oleh pengunjung. Peneliti juga mengamati adanya stop kontak di beberapa titik yang mendukung penggunaan perangkat elektronik selama pelanggan

beraktivitas di *coffee shop*. Selain itu, tersedia permainan sederhana seperti kartu UNO dan permainan kartu lainnya yang dapat dimanfaatkan pengunjung sebagai sarana hiburan maupun interaksi sosial. Secara umum, fasilitas yang tersedia mampu mendukung kenyamanan mahasiswa dalam melakukan berbagai kegiatan, baik yang bersifat akademik maupun sosial.

2. Gambaran Fisik Bento Kopi UIN Malang

Bento Kopi UIN Malang berlokasi di kawasan Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, yang berada dekat dengan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 18 Maret 2026, cabang ini memiliki kapasitas sekitar 200 pengunjung. Meskipun tidak seluas cabang UMM, *outlet* ini tetap mampu memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan berbagai kegiatan. Dari segi desain, Bento Kopi UIN Malang menampilkan konsep yang lebih modern dan estetik. Penataan ruang disusun melalui kombinasi meja, kursi, dan sofa yang memberikan kesan nyaman serta menarik secara visual. Gambaran ruang Bento Kopi UIN Malang dapat dilihat pada Gambar 4.4 berikut.

Gambar 4. 4 Area Bento Kopi UIN Malang



Sumber : Dokumentasi Area Bento Kopi UIN Malang, 2026

Selain itu, peneliti juga mengamati adanya fasilitas *photobooth* yang menarik perhatian pengunjung untuk berfoto, membuat konten media sosial, serta mengabadikan momen bersama teman ketika berada di Bento Kopi UIN Malang.

Gambar 4. 5 Fasilitas Photobooth Bento Kopi UIN Malang



Sumber : Dokumentasi Photobooth Bento Kopi UIN Malang, 2026

Fasilitas yang tersedia tidak jauh berbeda dengan Bento Kopi UMM, meliputi akses Wi-Fi, area duduk yang nyaman, mushola, serta stop kontak yang tersebar di beberapa titik. Secara keseluruhan, suasana yang ditawarkan cenderung nyaman dengan nuansa yang lebih modern dan dinamis, serta mendukung aktivitas sosial maupun rekreatif mahasiswa.

4.1.5 Profil Informan Penelitian

Data penelitian ini diperoleh dari 12 informan yang memiliki latar belakang berbeda untuk menjaga objektivitas hasil analisis perbandingan. Informan mencakup perwakilan dari mahasiswa UIN Malang, UMM Malang dan UM Malang, serta staf manajemen dari kedua cabang Bento Kopi yang diteliti. Gambaran umum mengenai profil informan tersebut terdapat pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian

No.	Nama	Status	Asal Kampus	Frekuensi Kunjungan	Aktivitas di Bento Kopi
1	M. Mustofa Kamal	Mahasiswa	UIN Malang	2-3x/bulan	Mengerjakan tugas
2	Mirna Suci	Mahasiswa	UMM Malang	2-3x/minggu	Ngopi (nyore), Mengerjakan tugas
3	Eva Khofifah	Mahasiswa	UMM Malang	4-5x/bulan	Rapat, Ngopi, mengerjakan tugas
4	Ardhito Alifiansyah	Mahasiswa	UMM Malang	10x/bulan	Mengerjakan tugas, Ngegame
5	Danis Vivi	Mahasiswa	UIN Malang	3-4x/bulan	Mengerjakan tugas, Rapat
6	Silfina Karomatul	Mahasiswa	UM Malang	2-3x/minggu	Mengerjakan tugas, Rapat
7	Anaqotul Fadila	Mahasiswa	UIN Malang	4-5/bulan	Mengerjakan tugas
8	Thoriq A'raf	Mahasiswa	UIN Malang	3-4x/bulan	Ngopi, Mengerjakan tugas
9	Mario	Manajer Bento Kopi UIN Malang	-	-	Pengelolaan layanan
10	Toifur Rohman	Manajer Bento Kopi UMM Malang	-	-	Pengelolaan layanan
11	Novryan Ramdhan	Head Barista Bento Kopi UMM Malang	-	-	Pelayanan pelanggan
12	Jety Riski	Kasir Bento Kopi UIN Malang	-	-	Pelayanan pelanggan

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa profil informan mahasiswa memiliki karakteristik kunjungan yang cukup intens, dengan rentang frekuensi antara dua kali sebulan hingga lima kali dalam

seminggu. Hal ini menunjukkan adanya loyalitas pelanggan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa Malang terhadap Bento Kopi. Secara fungsional, mayoritas informan memanfaatkan area kafe bukan sekadar untuk konsumsi produk, melainkan sebagai *third place* atau ruang ketiga untuk mendukung aktivitas produktif, seperti pengerjaan tugas akademik maupun kegiatan rapat. Keterlibatan pihak manajemen dari dua cabang berbeda juga memastikan bahwa data yang diperoleh mencakup perspektif manajerial dalam pelayanan pelanggan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil *Bracketing* Peneliti

Sebelum melakukan analisis data, peneliti melakukan *bracketing* terhadap beberapa asumsi pribadi dan pemahaman awal yang berpotensi memengaruhi proses interpretasi data. Langkah ini dilakukan secara sadar sebagai bagian dari prosedur fenomenologi Moustakas (1994), yakni dengan menanggukkan segala praduga agar pengalaman informan dapat dipahami secara murni sebagaimana yang mereka alami sendiri.

Peneliti secara tertulis mencatat dan menanggukkan beberapa asumsi pribadi, antara lain:

1. Asumsi peneliti bahwa mahasiswa memilih Bento Kopi semata-mata karena faktor kedekatan lokasi dengan kampus khususnya di Bento Kopi UIN dan harga yang sangat murah, sehingga mengabaikan aspek kualitas interaksi manusia dalam layanan tersebut.

2. Peneliti sempat memiliki anggapan bahwa pada *coffee shop* dengan konsep harga terjangkau, standar pelayanan seperti keramahan dan kecepatan akan bersifat seadanya atau tidak profesional.
3. Pemahaman awal peneliti mengenai kelima dimensi SERVQUAL (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpotensi mendorong peneliti untuk mengkategorikan pernyataan informan ke dalam dimensi-dimensi tersebut secara prematur, sebelum membiarkan tema-tema bermakna muncul secara alami dari data.
4. Asumsi peneliti bahwa mahasiswa UIN Malang dan mahasiswa UMM Malang memiliki pengalaman yang sama di kedua *outlet* Bento Kopi, karena melihat rating *Google Maps* yang hampir sama.
5. Terakhir, sebagai mahasiswa yang juga pernah berkunjung ke Bento Kopi, peneliti memiliki kesan pribadi terhadap suasana di sana yang mungkin berbeda dengan apa yang dirasakan oleh para informan.

Dengan menanggukuhkan asumsi-asumsi di atas, peneliti berupaya memposisikan diri sebagai instrumen yang netral untuk memahami pengalaman informan mengenai kualitas layanan Bento Kopi sebagaimana yang mereka hayati secara subjektif tanpa distorsi perspektif peneliti (Moustakas, 1994). Peneliti membiarkan fenomena tersebut "berbicara sendiri" melalui narasi yang disampaikan oleh informan di Bento Kopi.

4.2.2 *Significant Statement* dan Unit Makna

Setelah melakukan *bracketing*, peneliti melakukan *horizontalization* dengan memberikan bobot yang sama terhadap seluruh data hasil wawancara untuk kemudian menyaring pernyataan-pernyataan penting (*significant statements*) yang merefleksikan pengalaman informan. Pernyataan tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam unit makna untuk menggambarkan esensi pengalaman informan pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4. 2 *Significant Statement* dan Unit Makna

Kode Informan	<i>Significant Statement</i>	Unit Makna
MA-1	<i>"Tujuan utama saya ke sini tuh sebenarnya nyari suasana baru yang jauh dari kampus... terus juga saya rasa enak disini buat nugas"</i> (Mustofa Kamal, Mahasiswa UIN Malang)	Suasana belajar yang baru dan nyaman
MA-1	<i>"WiFi di sini oke sih cepat stabil, Tempat duduk juga oke banyak. Tapi di meja bagian tengah itu biasanya gaada stop kontak, jadi kalau mau nugas lama harus cari tempat di pinggir yang dekat tembok"</i> (Mustofa Kamal, Mahasiswa UIN Malang)	Kualitas fasilitas digital (WiFi & listrik)
MA-2	<i>"Kalau nggak gitu ya datang kesini pas sore soalnya tempatnya ini dekat sawah ya, bisa keliatan sunset, jadi mungkin bisa dibilang "nyore" kalau kata gen z sekarang"</i> (Mirna Suci, Mahasiswa UMM Malang)	Kenyamanan suasana alam/pemandangan
MA-3	<i>"Bento Kopi UMM itu yang saya cari tempatnya yang bersih, WiFi lancar, sama suasananya mendukung buat fokus, jadi meskipun lama tetap nyaman."</i> (Eva Khofifah, Mahasiswa UMM Malang)	Kebersihan dan ketenangan untuk fokus
MA-4	<i>"Alasan paling utama si WiFi-nya sih yang paling top. Kalau buat download file dengan ukuran GB besar itu cepat banget, nggak lama. Pokoknya WiFi di sini top markotop"</i> (Ardhito, Mahasiswa UMM Malang)	Kecepatan pelayanan dan kenyamanan tugas
MA-5	<i>"Aku biasanya ke Bento itu karena butuh buat nugas....soalnya tempatnya nyaman, pelayanannya juga cepet"</i> (Danis Vivi, Mahasiswa UIN Malang)	Keramahan dan kecepatan staf

Kode Informan	Significant Statement	Unit Makna
MA-6	"Aku sering banget ke Bento karena pelayanannya cepet, terus, karyawannya juga ramah dan asik." (Silfina, Mahasiswa UM Malang)	Keramahan dan kecepatan staf
MA-6	"...pernah merayakan ulang tahun teman saya disini itu benar-benar ini enak diajak kompromi buat kerjasama itu langsung satset pokoknya siap membantu customernya" (Silfina, Mahasiswa UM Malang)	Fleksibilitas staf dalam membantu pelanggan
MA-7	"...soalnya murah murah, terus suasana enak buat nugas itu proper aja gitu Kak buat skripsi itu bisa fokus" (Anaqothul Fadila, Mahasiswa UIN Malang)	Harga terjangkau dan fasilitas yang memadai
MA-8	"...kayak ditanyain gitu loh misal kayak kira-kira mau ada pesenan apa lagi. Nah itu bagi saya udah merasa dihargai sih" (Thoriq A'raf, Mahasiswa UIN Malang)	Perhatian personal dari karyawan
MA-8	"Saya merasa fasilitas untuk terkait kamar mandi ini perlu sangat diperhatikan ya, demi kenyamanan konsumen." (Thoriq A'raf, Mahasiswa UIN Malang)	Pentingnya kebersihan fasilitas pendukung
MP-9	"Fokus utamanya bukan cuma sekedar menjual produk, tapi bagaimana memberikan pengalaman yang baik bagi setiap customer yang datang kesini. Kita ingin setiap orang yang datang ke sini merasa betah dan mendapatkan kesan positif dari awal masuk sampai keluar lagi." (Mario, Manajer UIN)	Orientasi layanan berbasis customer experience
MP-9	"Kita coba lengkapi apa yang biasanya dibutuhin sama customer. Makanya kita menyediakan mainan, colokan atau kabel olor yang banyak di mana-mana, sampai kita siapin kursi tambahan kalau lagi ramai banget... Pokoknya gimana caranya biar suasana kafe ini tuh enak buat mereka nongkrong lama-lama." (Mario, Manajer UIN)	Penyediaan fasilitas sebagai strategi kenyamanan pelanggan
MP-10	"Karyawan disini wajib menyambut tamu dengan ramah dan sopan, istilahnya adalah greeting. Terus pelayanannya juga harus cepat dan tepat, jangan sampai salah pesanan. Yang penting juga kebersihan area kafe dan peralatan produksi harus benar-benar di kontrol." (Toifur, Manajer UMM)	Standar pelayanan: greeting, ketepatan, dan kebersihan

Kode Informan	Significant Statement	Unit Makna
MP-10	<i>"Kekuatan kita itu di suasana yang nyaman dan tim yang ramah, terus juga disini harganya termasuk murah dibandingkan kafe-kafe lain, itu yang bikin orang pengen balik lagi. Tapi tantangannya ya itu, menjaga konsistensi." (Toifur, Manajer UMM)</i>	Keunggulan kompetitif: suasana, keramahan, dan harga terjangkau
MP-11	<i>"Customer bagaikan teman saya juga. Jadi ya anggap aja customer itu ya koneksi buat kita gitu. Jadi ya kita harus ya ramah, biar customer-nya juga ramah." (Novryan, Kasir/Server UMM)</i>	Filosofi pelayanan berbasis relasi personal
MP-11	<i>"Pertama, disini itu selalu menerapkan greeting ke customer yang baru datang dan yang mau pergi. Terus kedua, grooming... Yang ketiga, cara menyikapi customer dengan professional, intinya memberikan yang terbaik." (Novryan, Kasir/Server UMM)</i>	Tiga pilar pelayanan: <i>greeting, grooming, profesionalisme</i>
MP-12	<i>"Kami itu menerapkan yang namanya greeting ketika customer datang dan juga customer pergi... menurut saya itu adalah pelayanan yang baik oleh pelanggan yang diterapkan oleh Bento Kopi dari dulu hingga sekarang." (Jety, Head Barista UIN)</i>	<i>Greeting</i> sebagai identitas pelayanan yang konsisten
MP-12	<i>"Walaupun sistem yang sudah dibentuk itu baik, tapi jika sumber daya yang melaksanakan dan menjalankannya tidak bisa secara maksimal... semuanya akan sama saja. Jadi yang harus ditingkatkan yaitu mencari sumber daya manusia yang memang memiliki kualitas yang sangat baik dalam bekerja." (Jety, Head Barista UIN)</i>	SDM sebagai kunci keberhasilan sistem pelayanan

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

Setelah melihat hasil *horizontalization* di atas, peneliti menilai bahwa pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan di Bento Kopi berpusat pada tiga aspek utama, yaitu fasilitas fisik, keandalan koneksi wifi, serta keramahan interaksi karyawan. Tahap selanjutnya peneliti akan menggunakan unit-unit makna ini sebagai dasar untuk menyusun deskripsi tekstural dan struktural guna mengungkapkan esensi dari fenomena tersebut.

4.2.3 Deskripsi Pengalaman Mahasiswa

Setelah melalui tahap unit makna, peneliti menyusun deskripsi pengalaman mahasiswa berdasarkan lima dimensi SERVQUAL untuk mengungkapkan “apa” yang sebenarnya dialami mahasiswa terkait kualitas layanan di Bento Kopi. Narasi ini merupakan sintesis dari data hasil wawancara mendalam, observasi partisipan yang peneliti lakukan langsung di Bento Kopi UIN dan Bento Kopi UMM.

4.2.3.1 Pengalaman Mahasiswa terhadap Bukti Fisik (*Tangibles*)

a) Deskripsi Tekstural

Dimensi *tangibles* berkaitan dengan kondisi fisik *coffee shop*, meliputi kebersihan, desain ruangan, fasilitas, serta suasana lingkungan yang dirasakan mahasiswa selama berada di Bento Kopi. Mirna selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 8 April 2026 menjelaskan bahwa suasana Bento Kopi menjadi alasan dirinya sering datang, terutama pada sore hari karena lokasi yang dekat dengan area persawahan menciptakan pengalaman yang menyenangkan.

“Kadang cuma main sama teman, terus kalau nggak gitu ya pingin sendirian bawa laptop gitu aja sih kak. Kalau nggak gitu ya datang kesini pas sore soalnya tempatnya ini deket sawah ya, bisa keliatan sunset, jadi mungkin bisa dibilang ‘nyore’ kalau kata gen z sekarang.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai suasana fisik Bento Kopi bukan hanya sebagai fasilitas pendukung, tetapi juga sebagai ruang untuk mencari ketenangan dan suasana baru di tengah aktivitas perkuliahan. Pemandangan sawah dan suasana sore memberikan

pengalaman emosional yang membuat mahasiswa merasa lebih rileks dan nyaman berada di *coffee shop* dalam waktu yang cukup lama. Selain suasana lingkungan, kebersihan dan fasilitas juga menjadi bagian penting dalam pengalaman mahasiswa. Mirna juga menjelaskan bahwa kondisi kebersihan Bento Kopi menurutnya cukup terjaga meskipun area *coffee shop* didominasi konsep *semi outdoor*.

“Kalau kebersihan, menurut saya sudah bersih, tapi mungkin karena akhir-akhir ini anginnya kenceng dan lokasinya kan dekat sawah terus juga full semi outdoor gitu jadi ada beberapa sampah kecil-kecil kayak bil nota yang jatuh atau plastik sedotan itu yang kena angin, tapi pasti sama karyawannya langsung dibersihin juga si kak.”

Eva Khofifah selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 juga menyampaikan bahwa fasilitas di Bento Kopi cukup mendukung aktivitas rapat maupun belajar yang sering dilakukannya bersama teman organisasi.

“Sangat mendukung, apalagi buat rapat yaa soalnya tempatnya luas dan ga kehabisan tempat duduk. Untuk WiFi-nya lancar. Terus tempat duduknya ada bean bag juga. Jadi enak lah ya kalau di lesehan gitu, Kak. Terus ada area indoor di AC juga, jadi lebih enak disini.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Danis Vivi selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 12 April 2026. Danis menilai bahwa fasilitas dan suasana di Bento Kopi membuat dirinya nyaman untuk mengerjakan tugas dalam waktu lama.

“Disini lingkungannya bersih ya, terus luas juga, kayak fresh gitu loh. Terus dekat sawah juga disini, ada pemandangan sawah yang bikin fresh. Terus fasilitasnya itu bagus, sekarang itu ada photo booth yang bisa digunakan buat kita foto-foto.”

Sementara itu, Mustofa Kamal selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 menjelaskan bahwa secara umum fasilitas Bento Kopi sudah cukup lengkap dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, meskipun menurutnya masih terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki, khususnya terkait stop kontak.

“WiFi di sini oke sih sangat cepat dan stabil, tempat duduk juga oke banyak. Tapi di meja bagian tengah itu biasanya ga ada stop kontak, jadi kalau mau nugas lama harus cari tempat di pinggir yang dekat tembok.”

Berdasarkan hasil observasi peneliti, Bento Kopi UMM maupun Bento Kopi UIN memiliki konsep ruang *semi outdoor* dengan area yang cukup luas serta didukung pemandangan persawahan di sekitar lokasi. Peneliti juga mengamati adanya fasilitas seperti ruang *indoor* ber-AC, area lesehan, *bean bag*, sofa, WiFi, stop kontak, mushola, hingga area *live music* yang sering dimanfaatkan mahasiswa untuk belajar, rapat, maupun berkumpul bersama teman. Pada waktu sore hingga malam hari, suasana *coffee shop* terlihat cukup ramai oleh mahasiswa yang datang untuk mengerjakan tugas ataupun sekadar bersantai.

Selain itu, berdasarkan dokumentasi penelitian, terlihat bahwa Bento Kopi menyediakan berbagai pilihan area duduk dengan desain yang fleksibel, seperti kursi kayu, sofa, *bean bag*, dan area lesehan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung. Dokumentasi juga menunjukkan adanya fasilitas tambahan seperti *photo booth*, panggung *live music*, dan ruang AC yang menjadi bagian dari pengalaman mahasiswa selama berada di Bento Kopi.

Kondisi fisik yang dirasakan mahasiswa tersebut tidak terbentuk secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari upaya manajemen yang disengaja. Mario selaku Manajer Bento Kopi UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 15 April 2026 menjelaskan bahwa penyediaan fasilitas merupakan bagian dari strategi untuk membuat pelanggan betah berlama-lama.

"Kita coba lengkapi apa yang biasanya dibutuhin sama customer. Makanya kita menyediakan mainan, colokan atau kabel olor yang banyak di mana-mana, sampai kita siapin kursi tambahan kalau lagi ramai banget... Pokoknya gimana caranya biar suasana kafe ini tuh enak buat mereka nongkrong lama-lama."

Hal senada disampaikan oleh Toifur Rohman selaku Manajer Bento Kopi UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 17 April 2026. Toifur menjelaskan bahwa kebersihan dan kelengkapan fasilitas menjadi perhatian khusus pihak manajemen.

"Mulai tempat yang selalu kami jaga kebersihannya, terus fasilitas wajib kayak Wi-Fi kencang, musik, dan tempat duduk yang banyak... kebersihan toilet, mushola juga jadi perhatian khusus kami biar suasananya bikin customer betah dan nyaman."

Pernyataan kedua manajer tersebut mengonfirmasi bahwa kenyamanan fisik yang dihayati mahasiswa merupakan cerminan dari kebijakan operasional yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan, khususnya mahasiswa yang membutuhkan ruang untuk belajar dan bersosialisasi dalam waktu yang cukup lama.

b) Deskripsi Struktural

Triangulasi data ini mengungkapkan bahwa *empathy* yang dihayati mahasiswa bukan sekadar keramahan individual, melainkan cerminan dari

budaya kerja yang dibangun secara sistematis, di mana karyawan tidak hanya diajarkan untuk melayani, tetapi untuk *merasakan* dan *merespons* kebutuhan pelanggan sebagai sesama manusia.

Stop kontak, misalnya, dimaknai mahasiswa bukan sekadar sebagai fasilitas teknis, melainkan sebagai penopang keberlangsungan aktivitas akademik mereka. Mustofa secara aktif mencari posisi duduk berdasarkan ketersediaan stop kontak, yang menunjukkan bahwa mahasiswa tidak menerima kondisi fisik secara pasif, melainkan secara aktif menyesuaikan diri dengan lingkungan agar aktivitas mereka dapat berjalan tanpa hambatan. WiFi yang stabil pun dipahami bukan hanya sebagai layanan tambahan, tetapi sebagai prasyarat utama yang harus terpenuhi agar kunjungan mereka memiliki nilai produktif.

Suasana semi *outdoor* dengan pemandangan persawahan dimaknai dalam lapisan yang lebih personal. Mirna, yang memilih datang secara khusus pada sore hari untuk menikmati pemandangan sawah, menunjukkan bahwa bagi sebagian mahasiswa, suasana fisik Bento Kopi bukan hanya latar dari aktivitas mereka, tetapi menjadi tujuan kunjungan itu sendiri. Ini berbeda dari sekadar mencari tempat belajar yang nyaman. Mahasiswa tertentu datang karena suasana itu sendiri memberikan sesuatu yang tidak mereka dapatkan di tempat lain, yaitu jeda dari tekanan perkuliahan.

Penilaian mahasiswa terhadap kebersihan pun bersifat kontekstual. Mirna tidak menilai kebersihan Bento Kopi berdasarkan standar mutlak, melainkan dengan mempertimbangkan bahwa lokasi berada di area terbuka

dekat persawahan yang rentan terhadap debu dan angin. Yang membuat pengalamannya tetap positif adalah respons segera dari karyawan ketika kotoran muncul. Ini menunjukkan bahwa standar kebersihan bagi mahasiswa tidak bersifat absolut, tetapi terbentuk dari pemahaman konteks dan kecepatan penanganan masalah.

4.2.3.2 Pengalaman Mahasiswa terhadap Keandalan (*Reliability*)

a) Deskripsi Tekstural

Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan Bento Kopi dalam memberikan pelayanan yang konsisten, tepat, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, pengalaman mahasiswa terhadap *reliability* tidak hanya terlihat dari ketepatan pesanan, tetapi juga dari konsistensi pelayanan, kecepatan penyajian, serta kemampuan karyawan dalam menjaga kualitas layanan meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai.

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa menilai bahwa pelayanan di Bento Kopi cenderung stabil dan dapat diandalkan untuk mendukung aktivitas mereka selama berada di *coffee shop*. Mirna selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 8 April 2026 menjelaskan bahwa selama dirinya berkunjung ke Bento Kopi, pelayanan yang diterima cenderung konsisten dan tidak mengalami banyak perubahan. Menurutnya, pelayanan di Bento Kopi tetap berjalan dengan baik meskipun pengunjung sedang ramai.

“Kalau dari aku sendiri kan memang enggak yang selalu kesini ya mungkin sekali dua kali, itu aku rasa pelayanannya enggak yang apa

ya, kalau hari ini jawabnya apa, terus besok jawabnya beda gitu, intinya ga melenceng tapi lebih ke konsisten aja gitu ya, pelayanannya cepat atau lama kalau pelayanannya tergolong cepat sih Kak.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memandang *reliability* melalui konsistensi pelayanan yang tetap terjaga dari waktu ke waktu. Bagi mahasiswa, pelayanan yang stabil memberikan rasa nyaman karena mereka dapat memperkirakan kualitas layanan yang akan diterima setiap kali berkunjung. Hal serupa juga disampaikan oleh Ardhito Alifiansyah selaku mahasiswa UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 12 April 2026. Ardhito menilai bahwa ketepatan pesanan dan konsistensi rasa menu menjadi salah satu alasan dirinya merasa nyaman berkunjung ke Bento Kopi.

“Pesannya so far sesuai semua kak, dari awal aku ngopi di sini sampe sekarang enggak pernah ada kesalahan ya dari pemesananku kayak emang udah teliti gitu orangnya, karyawannya.”

Mahasiswa lain, yaitu Danis Vivi selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 12 April 2026, juga menyampaikan bahwa selama dirinya menjadi pelanggan Bento Kopi belum pernah terjadi kesalahan dalam pemesanan makanan maupun minuman.

“Sejauh ini saya kalau ke Bento nggak pernah salah menu ya. Jadi ketika kita pesan terus dialihin untuk nunggu sebentar, terus kita ambil sendiri.”

Selain ketepatan pesanan, mahasiswa juga menilai *reliability* dari kemampuan Bento Kopi dalam menyajikan pesanan dengan cepat. Eva Khofifah selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 menjelaskan bahwa proses pelayanan makanan dan minuman

menurutnya cukup cepat sehingga tidak mengganggu aktivitas rapat maupun belajar yang sedang dilakukan.

“Untuk pelayanannya itu cepat ya menurut saya, minuman diambil sendiri nunggu dua sampe tiga menit, kalau makanan ya ga sampe setengah jam sih termasuk cepat.”

Sementara itu, Mustofa Kamal selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 juga menilai bahwa pelayanan di Bento Kopi sudah sesuai dengan harapannya sebagai mahasiswa, terutama dari segi kualitas produk dan konsistensi pelayanan.

“Secara keseluruhan sudah sesuai-sesuai aja sih, apalagi harganya sesuai kantong mahasiswa lah. Terus saya lihat ada peningkatan kualitas kopinya, dulu sepertinya masih pakai kopi bubuk biasa, tapi sekarang udah pakai biji kopi dan di baristanya ada mesin grinder sendiri, jadi rasanya lebih enak.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memperhatikan pelayanan dari sisi interaksi karyawan, tetapi juga dari konsistensi kualitas produk yang mereka terima. Perubahan kualitas kopi yang dirasakan mahasiswa menjadi bagian dari pengalaman positif terhadap layanan Bento Kopi.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, proses pelayanan di Bento Kopi dilakukan menggunakan sistem *self-service* untuk minuman, sedangkan makanan diantar langsung oleh karyawan ke meja pelanggan. Peneliti juga mengamati bahwa meskipun kondisi *coffee shop* cukup ramai pada waktu tertentu, proses pelayanan tetap berjalan secara teratur dan karyawan terlihat mampu melayani pelanggan dengan cepat. Selain itu,

aktivitas pemesanan, pembayaran, hingga penyajian menu berlangsung cukup tertib tanpa antrean yang terlalu panjang.

Berdasarkan dokumentasi penelitian, terlihat adanya area pemesanan yang terorganisir, mesin grinder kopi, serta aktivitas karyawan dalam menyiapkan pesanan pelanggan. Dokumentasi tersebut memperlihatkan bagaimana Bento Kopi berupaya menjaga konsistensi pelayanan dan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.

Konsistensi pelayanan yang dirasakan mahasiswa tersebut selaras dengan sistem pengelolaan operasional yang diterapkan pihak manajemen. Toifur Rohman selaku Manajer Bento Kopi UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 17 April 2026 menjelaskan bahwa konsistensi dijaga melalui pengawasan rutin dan evaluasi berkala.

"Ada pengawasan rutin terhadap kinerja tim. Disini ada head juga yang membantu saya mengawasi kinerja karyawan, dari head itu tiap hari ada laporan kinerjanya atau kendala juga. Setiap seminggu sekali saya selalu melakukan briefing bersama semua karyawan untuk mengevaluasi atau sekedar memberikan arahan."

Jety Riski selaku Head Barista Bento Kopi UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 15 April 2026 menambahkan bahwa konsistensi kualitas produk dijaga melalui kepatuhan terhadap standar operasional.

"Saya melayani pelanggan sesuai dengan standar operasional yang ada... dengan sopan santun, senyum, disiplin, dan membuat produk sesuai dengan SOP yang sudah dibuat oleh RNDP."

Data dari manajemen dan pegawai tersebut menunjukkan bahwa konsistensi yang dihayati mahasiswa sebagai rasa aman dan kepastian

layanan merupakan hasil dari sistem standar operasional yang diterapkan secara ketat di seluruh lini pelayanan Bento Kopi.

b) Deskripsi Struktural

Makna keandalan bagi mahasiswa terbentuk dari pola kunjungan yang berulang. Ardhito yang datang sekitar sepuluh kali dalam sebulan, dan Mirna yang datang dua hingga tiga kali seminggu, membangun hubungan dengan Bento Kopi berdasarkan akumulasi pengalaman. Dalam kondisi ini, konsistensi pelayanan tidak lagi dievaluasi secara sadar pada setiap kunjungan. Mahasiswa yang sudah sering datang cenderung mengasumsikan bahwa pelayanan akan berjalan baik, sehingga perhatian mereka dapat sepenuhnya dicurahkan pada aktivitas utama yang mereka kerjakan di sana.

Ketika Ardhito menyatakan bahwa pesannya selalu sesuai dari awal hingga sekarang tanpa satu pun kesalahan, pernyataan tersebut mencerminkan kepercayaan yang terbentuk dari pengalaman yang konsisten selama berbulan-bulan. Kepercayaan semacam ini memiliki dampak praktis yang nyata: mahasiswa tidak perlu menghabiskan energi untuk memeriksa atau mengkhawatirkan pesannya, dan itu membuat kunjungan mereka terasa lebih efisien dan menyenangkan.

Peningkatan kualitas kopi yang dicatat Mustofa, dari kopi bubuk biasa ke biji kopi dengan mesin grinder, memberikan dimensi makna yang menarik. Bagi mahasiswa yang sudah lama menjadi pelanggan, perkembangan tersebut dirasakan sebagai bukti bahwa Bento Kopi tidak

stagnan. Keandalan yang bermakna bagi mereka bukan sekadar tidak ada perubahan yang buruk, tetapi juga adanya perbaikan yang dapat dirasakan secara langsung.

Sistem *self-service* untuk pengambilan minuman juga membentuk makna tersendiri dalam konteks keandalan. Bagi mahasiswa yang sedang dalam sesi kerja panjang, sistem ini memberikan kendali atas waktu mereka sendiri. Mereka dapat mengambil minuman kapan pun siap tanpa harus menunggu diantar, yang berarti alur aktivitas mereka tidak terganggu oleh faktor di luar kendali mereka.

4.2.3.3 Pengalaman Mahasiswa terhadap Daya Tanggap

(*Responsiveness*)

a) Deskripsi Tekstural

Dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kesiapan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta merespon kebutuhan maupun permintaan pelanggan selama berada di Bento Kopi. Dalam penelitian ini, pengalaman mahasiswa terhadap *responsiveness* terlihat melalui bagaimana karyawan memberikan bantuan, menjawab pertanyaan pelanggan, hingga menangani kebutuhan mahasiswa ketika belajar, rapat, maupun bersantai di *coffee shop*. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa menilai bahwa karyawan Bento Kopi memiliki respon yang cukup cepat dan membantu sehingga membuat mereka merasa nyaman selama berada di *coffee shop*. Eva Khofifah selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 menjelaskan bahwa karyawan Bento Kopi memiliki respon yang

cepat ketika pelanggan membutuhkan bantuan maupun memiliki permintaan tertentu

“Responnya itu cepat tanggap gitu, Kak. Ramah sih, pokoknya dibantu kalo ada apa-apa.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan adanya kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan tanpa harus menunggu terlalu lama. Bagi mahasiswa, pelayanan yang cepat memberikan kenyamanan karena aktivitas mereka, seperti rapat ataupun belajar, tidak terganggu oleh proses pelayanan yang lambat. Hal serupa juga disampaikan oleh Danis Vivi selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 12 April 2026. Danis menjelaskan bahwa karyawan cukup sigap ketika pelanggan membutuhkan bantuan tambahan fasilitas.

“biasanya langsung datang kakak-kakaknya yang karyawan disini misalnya aku butuh bantuan benerin kursi, minta kursi tambahan itu langsung disiapin sama karyawannya.”

Selain membantu kebutuhan pelanggan, mahasiswa juga menilai *responsiveness* melalui kecepatan pelayanan ketika menerima pesanan maupun permintaan pelanggan. Mustofa Kamal selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 menjelaskan bahwa karyawan Bento Kopi tetap memberikan respon yang baik meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai.

“Respon karyawannya baik, gercep juga sih, tidak cuek pas dipanggil dan langsung mengerjakan permintaan saya. Walau pas rame sekalipun, pesanan saya biasanya datang cepat”

Pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa memandang *responsiveness* bukan hanya dari kecepatan pelayanan, tetapi

juga dari sikap karyawan yang tetap peduli terhadap pelanggan di tengah kondisi kerja yang sibuk. Respons yang cepat membuat mahasiswa merasa kebutuhan mereka diperhatikan dengan baik. Selain itu, Ardhito Alifiansyah selaku mahasiswa UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 12 April 2026 juga menceritakan pengalamannya ketika meminta bantuan kepada karyawan Bento Kopi terkait fasilitas yang digunakan.

“Misalnya waktu itu aku minta tolong buat ngelap meja atau pas mau tukar stop kontak yang ternyata tidak berfungsi, mereka langsung bantu.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan adanya perhatian dari karyawan terhadap kenyamanan pelanggan selama berada di Bento Kopi. Respons yang cepat terhadap kebutuhan sederhana seperti membersihkan meja ataupun membantu fasilitas membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dan dihargai sebagai pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, karyawan Bento Kopi terlihat cukup aktif dalam merespon pelanggan, baik ketika menerima pesanan, memberikan informasi menu, maupun membantu kebutuhan pengunjung di area *coffee shop*. Peneliti juga mengamati bahwa ketika kondisi *coffee shop* ramai, karyawan tetap berusaha melayani pelanggan dengan cepat tanpa menunjukkan sikap acuh terhadap pelanggan yang membutuhkan bantuan. Selain itu, karyawan terlihat sigap membersihkan meja, mengantar makanan, dan membantu pelanggan yang mengalami kendala fasilitas.

Hasil dokumentasi peneliti, terlihat aktivitas karyawan yang sedang melayani pemesanan pelanggan, membersihkan area *coffee shop*, serta

membantu pengunjung di area duduk. Dokumentasi tersebut memperlihatkan bagaimana karyawan Bento Kopi berusaha menjaga pelayanan agar tetap responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Kesigapan karyawan yang dirasakan mahasiswa tersebut sejalan dengan standar pelayanan yang ditanamkan oleh manajemen. Mario selaku Manajer Bento Kopi UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 15 April 2026 menjelaskan bahwa responsivitas merupakan poin utama yang wajib dijalankan karyawan.

"Poin utamanya sih kita harus responsif ya, alias gercep kalau pelanggan butuh apa-apa. Terus satu lagi, Bento Kopi ini emang membranding diri sebagai tempat kopi yang harganya tuh masuk banget di kantong mahasiswa... jadi murah tapi pelayanannya nggak murahan."

Dari sisi pelaksana lapangan, Novryan Ramdhan selaku Kasir/Server Bento Kopi UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 18 April 2026 menjelaskan bagaimana ia menerjemahkan standar responsivitas tersebut dalam pekerjaan sehari-hari.

"Iya langsung saya lakukan, misal ada kendala apa gitu langsung saya bantu eksekusi, saya bantu bersihin, saya bantu ambilkan."

Triangulasi data antara pengalaman mahasiswa dan perspektif karyawan ini mengungkapkan bahwa kesigapan yang dirasakan mahasiswa bukan sekadar inisiatif personal karyawan, melainkan cerminan dari nilai dan standar yang secara konsisten ditanamkan oleh manajemen kepada seluruh tim pelayanan.

b) Deskripsi Struktural

Untuk memahami mengapa respons karyawan begitu bermakna bagi mahasiswa, perlu dipahami terlebih dahulu kondisi mahasiswa ketika berada di Bento Kopi. Mereka bukan pengunjung yang datang sebentar lalu pergi. Sebagian besar datang membawa laptop, buku, atau agenda rapat, dan berniat untuk menetap dalam waktu yang cukup lama. Dalam kondisi tersebut, gangguan kecil yang tidak segera ditangani, seperti meja kotor, stop kontak yang tidak berfungsi, atau kekurangan kursi, bukan sekadar ketidaknyamanan ringan. Gangguan tersebut dapat secara langsung menghambat aktivitas yang sedang dikerjakan.

Ketika Ardhito menyebutkan pengalamannya meminta karyawan untuk mengganti stop kontak yang rusak dan langsung dibantu, ia tidak hanya menyampaikan kepuasan atas pelayanan teknis. Respons cepat dari karyawan dalam situasi itu berarti sesi kerjanya tidak harus terhenti. Kecepatan penanganan masalah dinilai mahasiswa sebagai bentuk penghargaan terhadap waktu dan kebutuhan mereka.

Mustofa secara eksplisit menyebutkan bahwa karyawan tidak cuek saat dipanggil. Penggunaan kata "*cuek*" mengindikasikan bahwa ketidakacuhan adalah pengalaman yang pernah dirasakan atau setidaknya diantisipasi mahasiswa di tempat lain. Ketika karyawan Bento Kopi merespons dengan cepat, mahasiswa tidak hanya merasa terlayani secara teknis, tetapi merasa bahwa kehadiran dan kebutuhan mereka diakui.

Keramaian Bento Kopi pada waktu tertentu menjadi konteks penting dalam pemaknaan responsivitas. Mustofa secara spesifik menyebutkan bahwa kecepatan pelayanan tetap terjaga meskipun kondisi sedang ramai. Pernyataan ini menunjukkan bahwa ia membandingkan antara ekspektasinya bahwa keramaian biasanya menurunkan kualitas pelayanan dengan kenyataan yang ia temui di Bento Kopi. Ketika ekspektasi negatif itu tidak terbukti, pengalaman yang dihasilkan menjadi lebih berkesan dan memperkuat kepercayaan mahasiswa terhadap Bento Kopi.

4.2.3.4 Pengalaman Mahasiswa terhadap Jaminan (*Assurance*)

a) Deskripsi Tekstural

Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan pelanggan melalui sikap profesional, komunikasi yang baik, serta pelayanan yang sopan. Dalam penelitian ini, pengalaman mahasiswa terhadap *assurance* terlihat dari bagaimana karyawan Bento Kopi mampu menjaga sikap ramah, memberikan informasi dengan jelas, serta menunjukkan profesionalitas ketika melayani pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa memaknai *assurance* bukan hanya dari kemampuan teknis pelayanan, tetapi juga dari bagaimana karyawan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman selama berada di Bento Kopi. Mirna Suci selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 8 April 2026 menjelaskan bahwa dirinya merasa nyaman karena karyawan tetap menunjukkan sikap profesional meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai

“Menurut saya iya karena saya pribadi kan tadi juga udah bilang nggak yang selalu sering kesini, nah sekali dua kali itu aku rasa ya aman-aman aja mereka juga tetap ramah meskipun kelihatannya memang capek gitu ya, tapi tetap aja profesionalitasnya mereka tuh tetap terjaga gitu”

Selain itu, Mirna Suci juga menjelaskan bahwa sikap *greeting* yang dilakukan karyawan memberikan kesan bahwa pelanggan benar-benar dihargai selama berada di *coffee shop*.

“Saya ngerasa dihargai itu pas baru masuk disambut karyawannya, istilahnya greeting, pas pulang juga ada salam greetingnya juga, jadi kyk ngerasa dihargai gitu. Terus pas aku tanya apa dijawabnya bener-bener detail gitu.”

Mahasiswa lain, yaitu Anaqotul Fadila selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026, juga menyampaikan bahwa pelayanan yang ramah serta kemampuan karyawan dalam memberikan informasi dengan jelas membuat dirinya merasa nyaman ketika berada di Bento Kopi.

“Sejauh ini saya ke Bento Kopi layanannya oke sih maksudnya kakak-kakaknya juga ramah baik-baik gitu terus bisa ngasih informasinya tuh jelas gitu loh.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *assurance* melalui kemampuan komunikasi karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Penjelasan yang jelas membuat mahasiswa merasa lebih percaya dan yakin terhadap pelayanan yang diterima. Selain itu, Cici selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026 juga menjelaskan bahwa dirinya merasa nyaman karena karyawan Bento Kopi mampu membangun interaksi yang akrab dengan pelanggan.

“Aku sering banget ke Bento karena pelayanannya cepet, terus karyawannya juga ramah dan asik.”

Bagi mahasiswa, keramahan dan cara komunikasi karyawan yang santai namun tetap sopan menciptakan suasana yang lebih nyaman selama berada di *coffee shop*. Interaksi yang baik tersebut membuat pelanggan merasa lebih dekat dan tidak canggung ketika membutuhkan bantuan ataupun informasi. Sementara itu, Thoriq selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026 juga menjelaskan bahwa dirinya merasa dihargai karena karyawan menunjukkan perhatian melalui komunikasi kecil kepada pelanggan setelah melakukan pemesanan.

“Lebih ke kadang kalau kita habis pesen nih, kayak ditanyain gitu loh misal kayak kira-kira mau ada pesenan apa lagi. Nah itu bagi saya udah merasa dihargai sih kan kayak kita ini ditanyain gitu.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa *assurance* tidak hanya muncul dari pelayanan formal, tetapi juga dari perhatian kecil yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Sikap sederhana seperti memastikan kembali kebutuhan pelanggan membuat mahasiswa merasa lebih diperhatikan selama berada di Bento Kopi.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, karyawan Bento Kopi terlihat menggunakan komunikasi yang sopan dan santai ketika melayani pelanggan. Peneliti juga mengamati bahwa karyawan cukup aktif memberikan *greeting* kepada pelanggan yang datang maupun meninggalkan *coffee shop*. Selain itu, ketika pelanggan bertanya mengenai menu atau fasilitas, karyawan terlihat memberikan penjelasan dengan baik dan tidak menunjukkan sikap acuh terhadap pelanggan.

Berdasarkan dokumentasi penelitian, terlihat aktivitas pelayanan seperti proses *greeting* pelanggan, komunikasi antara karyawan dan pengunjung, serta interaksi pelayanan di area kasir maupun area duduk pelanggan. Dokumentasi tersebut memperlihatkan bagaimana Bento Kopi berusaha menciptakan pelayanan yang profesional namun tetap dekat dengan pelanggan mahasiswa.

Rasa nyaman dan kepercayaan yang dirasakan mahasiswa tersebut tidak lepas dari nilai-nilai yang secara aktif ditanamkan manajemen kepada karyawan. Mario selaku Manajer Bento Kopi UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 15 April 2026 menjelaskan empat nilai inti yang selalu ditekankan kepada tim.

"Ada empat hal sih yang selalu saya bawel ke mereka. Semua sudah tercantum di standar etika komunikasi Bento Group yaitu pertama harus disiplin... Terus harus ramah, nggak cuma ke tamu tapi sama temen sendiri juga harus asik. Ketiga, sopan itu wajib. Dan yang terakhir, harus sabar."

Nilai-nilai tersebut diinternalisasi oleh karyawan di tingkat operasional. Jety Riski selaku Head Barista Bento Kopi UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 15 April 2026 mengungkapkan bagaimana ia secara personal menjaga profesionalitas dalam pelayanan.

"Saya adalah pribadi yang cukup badmood-an orangnya tapi karena saya bisa memisahkan urusan pribadi saya dan juga urusan pekerjaan saya... ketika saya berada di divisi kasir dan sedang melayani customer di area kasir otomatis saya akan memberikan gestur tubuh saya yang ramah dan juga senyum."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keramahan dan profesionalitas karyawan yang dihayati mahasiswa sebagai *assurance*

merupakan hasil dari proses internalisasi nilai yang tidak hanya diterapkan sebagai prosedur, tetapi telah menjadi bagian dari karakter kerja karyawan Bento Kopi.

b) Deskripsi Struktural

Mahasiswa yang menghabiskan waktu berjam-jam di Bento Kopi dengan satu gelas kopi dan laptop terbuka secara tidak langsung menyadari bahwa posisi mereka sebagai pelanggan agak tidak lazim dari sudut pandang bisnis. Mereka tidak melakukan banyak pembelian, tetapi menempati tempat duduk dalam waktu yang lama. Kesadaran ini, meski tidak selalu diungkapkan secara eksplisit, memengaruhi cara mereka membaca setiap interaksi dengan karyawan, apakah kehadiran mereka diterima atau hanya sekadar ditoleransi.

Dalam konteks itu, praktik *greeting* yang diterapkan karyawan Bento Kopi memiliki makna yang lebih dari sekadar sambutan formal. Bagi Mirna, disambut ketika masuk dan disalami ketika pulang memberikan perasaan bahwa ia benar-benar diterima sebagai tamu, bukan sekadar diizinkan menempati ruang. Perasaan diterima tersebut penting karena memengaruhi kenyamanan mahasiswa selama berada di sana, termasuk seberapa bebas mereka merasa untuk duduk lama tanpa rasa canggung.

Mirna juga menyebutkan bahwa karyawan tetap terlihat ramah meskipun terlihat lelah, dan profesionalitas mereka tetap terjaga. Pernyataan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menerima pelayanan, tetapi juga mengamati kondisi manusia di balik pelayanan itu. Ketika karyawan

tetap menjalankan tugasnya dengan baik dalam kondisi yang berat, mahasiswa memaknainya sebagai sikap yang tulus, bukan sekadar performa, dan hal tersebut membangun kepercayaan yang lebih kuat.

Thoriq menyebutkan bahwa ia merasa dihargai ketika setelah memesan, karyawan bertanya apakah ada pesanan lain. Secara teknis pertanyaan tersebut merupakan bagian dari praktik pelayanan standar. Namun dalam hubungan yang sudah terjalin secara berulang antara mahasiswa dan karyawan yang sama, pertanyaan itu kehilangan nuansa formalnya dan terasa sebagai perhatian personal. Mahasiswa tidak lagi merasakannya sebagai prosedur, tetapi sebagai tanda bahwa kebutuhan mereka benar-benar diperhatikan.

4.2.3.5 Pengalaman Mahasiswa terhadap Perhatian (*Empathy*)

Dimensi *empathy* berkaitan dengan perhatian, kepedulian, serta kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan secara personal. Dalam penelitian ini, pengalaman mahasiswa terhadap *empathy* terlihat dari bagaimana karyawan Bento Kopi membangun hubungan yang ramah, memberikan perhatian kepada pelanggan, serta menciptakan suasana pelayanan yang membuat mahasiswa merasa nyaman dan dihargai.

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa memaknai *empathy* melalui sikap karyawan yang tidak hanya melayani secara formal, tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan pelanggan selama berada di Bento Kopi. Cici selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026 menjelaskan bahwa dirinya

merasa dihargai ketika karyawan Bento Kopi membantu kebutuhan pelanggan dengan cepat dan terbuka untuk bekerja sama ketika pelanggan memiliki permintaan tertentu.

“saya merasa dihargai pernah merayakan ulang tahun teman saya disini itu benar-benar enak diajak kompromi buat kerjasama itu langsung satset pokoknya siap membantu customer-nya.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan adanya perhatian dan kepedulian dari karyawan terhadap kebutuhan pelanggan, bahkan dalam kegiatan di luar pelayanan utama seperti perayaan ulang tahun. Sikap kooperatif dan kesiapan membantu membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dan diterima selama berada di Bento Kopi. Hal serupa juga disampaikan oleh Thoriq A'raf selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026. Thoriq menilai bahwa interaksi kecil dari karyawan membuat pelanggan merasa diperhatikan secara personal.

“Kadang karyawannya tuh ngajak ngobrol ringan juga, jadi enggak yang terlalu kaku. Kita jadi nyaman kalau disini.”

Bagi mahasiswa, komunikasi yang santai namun tetap sopan menciptakan suasana yang lebih hangat dan tidak berjarak antara pelanggan dengan karyawan. Hal tersebut membuat Bento Kopi tidak hanya dipandang sebagai tempat makan atau minum kopi, tetapi juga sebagai tempat yang memiliki suasana sosial yang nyaman. Selain itu, Anaqotul Fadila selaku mahasiswa UIN Malang yang diwawancarai pada tanggal 14 April 2026 juga menjelaskan bahwa dirinya merasa nyaman karena karyawan tetap

menunjukkan perhatian kepada pelanggan meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai.

“Walaupun lagi rame, mereka tetap nyamperin kalau kita butuh bantuan atau mau tanya-tanya.”

Pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa memaknai *empathy* melalui kesediaan karyawan untuk tetap memperhatikan pelanggan di tengah kondisi kerja yang sibuk. Perhatian sederhana seperti mendatangi pelanggan atau memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi membuat mahasiswa merasa lebih dihargai. Sementara itu, Eva Khofifah selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 juga menjelaskan bahwa dirinya merasa lebih nyaman berada di Bento Kopi karena pelayanan yang diberikan tidak terkesan membedakan pelanggan.

“Menurut saya mereka pelayanannya sama aja ke semua pelanggan, jadi enggak pilih-pilih. Mau yang cuma nongkrong atau yang rapat lama juga tetap dilayani baik.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memandang *empathy* melalui sikap adil dan perhatian yang diberikan kepada seluruh pelanggan. Sikap tersebut membuat mahasiswa merasa diterima dan nyaman untuk menghabiskan waktu lebih lama di Bento Kopi. Selain itu, Mustofa Kamal selaku mahasiswa UMM yang diwawancarai pada tanggal 10 April 2026 juga menjelaskan bahwa dirinya merasa kebutuhan pelanggan cukup dipahami oleh Bento Kopi, terutama karena fasilitas dan suasana yang disediakan memang mendukung aktivitas mahasiswa.

“Menurut saya Bento ini ngerti sih kebutuhan mahasiswa sekarang, jadi tempatnya dibuat nyaman buat nugas atau diskusi juga.”

Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memaknai *empathy* melalui interaksi langsung dengan karyawan, tetapi juga melalui bagaimana Bento Kopi menyediakan suasana dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan mahasiswa.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, karyawan Bento Kopi terlihat cukup aktif berinteraksi dengan pelanggan secara santai namun tetap sopan. Peneliti juga mengamati bahwa karyawan beberapa kali membantu pelanggan tanpa harus diminta berulang kali, seperti membantu menata kursi tambahan, membersihkan meja, maupun memberikan informasi terkait menu dan fasilitas. Selain itu, suasana pelayanan terlihat tidak terlalu formal sehingga pelanggan tampak lebih nyaman untuk berinteraksi dengan karyawan.

Berdasarkan dokumentasi penelitian, terlihat adanya interaksi antara karyawan dan pelanggan dalam berbagai aktivitas pelayanan, seperti membantu kebutuhan pelanggan, memberikan informasi, hingga melayani kegiatan pelanggan di area *coffee shop*. Dokumentasi tersebut memperlihatkan bagaimana Bento Kopi berusaha membangun hubungan pelayanan yang lebih dekat dan nyaman dengan pelanggan mahasiswa.

Perhatian personal yang dirasakan mahasiswa tersebut mencerminkan filosofi pelayanan yang dipegang oleh karyawan di tingkat operasional. Novryan Ramdhan selaku Kasir/Server Bento Kopi UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 18 April 2026 mengungkapkan

cara pandangnya terhadap pelanggan yang menjadi fondasi dari pendekatan pelayanannya.

"Customer bagaikan teman saya juga. Jadi ya anggap aja customer itu ya koneksi buat kita gitu. Jadi ya kita harus ya ramah, biar customer-nya juga ramah."

Filosofi tersebut juga dijalankan dalam situasi-situasi sulit, termasuk ketika menghadapi pelanggan yang komplain. Novryan menjelaskan bahwa bagaimanapun kondisinya, respons yang penuh empati tetap diutamakan.

"Seburuk-buruknya yang dilakukan customer ke kita itu ya enggak papa sampaikan aja, terus kita nanggapiinnya yang penting ada kata maaf, dan terima kasih."

Dari sisi manajemen, Toifur Rohman selaku Manajer Bento Kopi UMM Malang yang diwawancarai pada tanggal 17 April 2026 menegaskan bahwa kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan adalah kompetensi utama yang diharapkan dari setiap karyawan.

"Karyawan disini yang pasti harus ramah, sopan, dan cepat. Itu kuncinya. Tapi yang penting juga, mereka harus peka sama kebutuhan pelanggan dan bisa kerja sama sebagai tim."

Triangulasi data ini mengungkapkan bahwa *empathy* yang dihayati mahasiswa bukan sekadar keramahan individual, melainkan cerminan dari budaya kerja yang dibangun secara sistematis di mana karyawan tidak hanya diajarkan untuk melayani, tetapi untuk *merasakan* dan *merespons* kebutuhan pelanggan sebagai sesama manusia.

b) Deskripsi Struktural

Pengalaman Cici merayakan ulang tahun temannya di Bento Kopi membuka dimensi pemaknaan yang berbeda dari kunjungan biasa. Perayaan

semacam itu bukan bagian dari layanan standar yang tersedia di menu atau fasilitas Bento Kopi. Ia membutuhkan koordinasi, fleksibilitas, dan kesediaan karyawan untuk merespons situasi di luar rutinitas pelayanan sehari-hari. Ketika karyawan merespons dengan cepat dan kooperatif, Cici tidak hanya merasa terlayani. Ia merasa bahwa momen yang penting baginya juga diperlakukan sebagai sesuatu yang penting oleh karyawan. Pengalaman itu mengubah posisi Bento Kopi dalam ingatan Cici, bukan sekadar tempat ngopi, tetapi tempat yang turut hadir dalam peristiwa yang ia kenang.

Thoriq menyebut bahwa karyawan kadang mengajak ngobrol ringan, dan hal itu membuatnya merasa nyaman. Obrolan ringan semacam itu tidak memiliki nilai fungsional dalam proses pelayanan, tetapi memiliki nilai relasional yang nyata. Bagi mahasiswa yang datang sendirian dengan tujuan belajar, interaksi singkat dengan karyawan dapat menjadi satu-satunya komunikasi sosial yang terjadi selama sesi tersebut. Ketika itu terjadi secara natural dan tidak kaku, suasana yang tercipta mendukung kenyamanan mahasiswa untuk terus berada di sana.

Eva menyampaikan bahwa pelayanan di Bento Kopi tidak membedakan pelanggan, baik yang hanya duduk nongkrong maupun yang menggunakan tempat untuk rapat panjang. Pernyataan ini mengungkapkan sesuatu yang tidak selalu tampak, yaitu bahwa mahasiswa memiliki kekhawatiran tentang bagaimana mereka akan diperlakukan berdasarkan jumlah yang mereka belanjakan atau lamanya mereka duduk.

Ketika kekhawatiran itu tidak terbukti dan mereka diperlakukan sama dengan pelanggan lain, hasilnya bukan sekadar kepuasan, tetapi rasa lega dan kebebasan untuk berada di sana sesuai kebutuhan mereka.

Mustofa mengungkapkan bahwa Bento Kopi dinilainya mengerti kebutuhan mahasiswa sekarang, yang terlihat dari cara tempat tersebut dirancang untuk mendukung aktivitas belajar dan diskusi. Penilaian ini tidak merujuk pada satu interaksi tunggal dengan karyawan, melainkan pada kesan keseluruhan yang terbentuk dari akumulasi pengalaman berkunjung. Bagi Mustofa, Bento Kopi dibaca sebagai pihak yang memahami siapa pelanggan utamanya dan secara aktif menyesuaikan diri dengan kebutuhan mereka, bukan sekadar menyediakan produk dan menunggu pelanggan datang.

4.2.4 Sintesis Esensi Pengalaman

Berdasarkan integrasi deskripsi tekstural dan struktural dari seluruh informan, esensi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi dapat dipahami sebagai pengalaman yang tidak hanya berkaitan dengan pelayanan teknis, tetapi juga tentang bagaimana *coffee shop* mampu menjadi ruang yang mendukung aktivitas akademik, sosial, dan emosional mahasiswa secara bersamaan. Mahasiswa memaknai kualitas layanan bukan sekadar dari cepat atau lambatnya pelayanan, melainkan dari sejauh mana keseluruhan pengalaman yang mereka rasakan mampu menciptakan kenyamanan, kedekatan sosial, serta dukungan terhadap kebutuhan mereka sehari-hari sebagai mahasiswa.

Bagi mahasiswa, Bento Kopi bukan hanya tempat untuk membeli makanan dan minuman, tetapi juga dipandang sebagai ruang alternatif di luar kampus dan rumah yang dapat digunakan untuk belajar, berdiskusi, rapat organisasi, hingga bersantai bersama teman. Pengalaman tersebut terbentuk melalui keterhubungan antara kondisi fisik *coffee shop*, suasana lingkungan, serta interaksi pelayanan yang mereka alami selama berada di Bento Kopi. Suasana *semi outdoor* dengan pemandangan persawahan, area lesehan, ruang ber-AC, serta fasilitas seperti WiFi, *bean bag*, dan stop kontak dimaknai mahasiswa sebagai bagian dari ruang yang membantu mereka merasa lebih nyaman, rileks, dan produktif dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Selain aspek fisik, pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan juga terbentuk melalui interaksi dengan karyawan Bento Kopi. Sikap ramah, *greeting* kepada pelanggan, komunikasi yang santai namun sopan, serta kesigapan karyawan dalam membantu kebutuhan pelanggan menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih personal dan dekat. Mahasiswa merasa bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya bersifat formal sebagai hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga menghadirkan perhatian sosial yang membuat mereka merasa dihargai dan diterima selama berada di *coffee shop*. Dalam konteks tersebut, kualitas layanan dimaknai mahasiswa melalui pengalaman emosional yang muncul dari interaksi sehari-hari dengan karyawan.

Di sisi lain, mahasiswa juga memaknai kualitas layanan melalui konsistensi pelayanan yang mereka rasakan selama berkunjung ke Bento Kopi. Ketepatan pesanan, kestabilan rasa menu, serta kemampuan karyawan dalam tetap

memberikan pelayanan yang cepat meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi mahasiswa. Pengalaman tersebut membuat mahasiswa merasa bahwa Bento Kopi mampu mendukung kebutuhan aktivitas mereka secara berkelanjutan, baik untuk belajar dalam waktu lama maupun melakukan aktivitas sosial bersama teman.

Berdasarkan pengalaman seluruh informan, terlihat adanya benang merah bahwa mahasiswa memaknai kualitas layanan secara holistik, yaitu sebagai perpaduan antara kenyamanan ruang, kualitas interaksi pelayanan, serta suasana sosial yang tercipta selama berada di Bento Kopi. Pengalaman yang bermakna bagi mahasiswa terbentuk ketika seluruh aspek tersebut hadir secara harmonis dan saling melengkapi. Dalam konteks ini, kualitas layanan tidak hanya dipahami sebagai pelayanan yang baik secara teknis, tetapi juga sebagai pengalaman yang mampu menghadirkan rasa nyaman, tenang, diperhatikan, dan didukung dalam menjalani kehidupan akademik maupun sosial mereka sehari-hari.

Secara fenomenologis, pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi menunjukkan bahwa layanan dimaknai bukan hanya sebagai aktivitas transaksi, tetapi sebagai pengalaman yang dihayati (*lived experience*) dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Bento Kopi dipandang sebagai *third place*, yaitu ruang sosial yang menjadi perantara antara kehidupan akademik dan kehidupan personal mahasiswa. *Coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga menjadi ruang pengalaman yang menghadirkan kenyamanan emosional, kedekatan sosial, serta dukungan terhadap aktivitas

mahasiswa. Dengan demikian, esensi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi dapat dipahami sebagai pengalaman holistik yang terbentuk melalui harmonisasi antara fasilitas fisik, pelayanan yang responsif dan ramah, serta suasana sosial yang mendukung kebutuhan kehidupan mahasiswa secara menyeluruh.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pembahasan Pengalaman Mahasiswa terhadap Bukti Fisik (*Tangibles*) di Bento Kopi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap aspek fisik Bento Kopi terbentuk melalui kenyamanan ruang, fasilitas yang tersedia, serta suasana lingkungan yang mendukung aktivitas mereka sehari-hari. Mahasiswa memaknai kondisi fisik *coffee shop* tidak hanya sebagai fasilitas pendukung konsumsi, tetapi juga sebagai ruang yang mampu mendukung aktivitas akademik dan sosial secara bersamaan. Suasana *semi outdoor*, pemandangan persawahan, area lesehan, *bean bag*, ruang ber-AC, serta fasilitas seperti WiFi dan stop kontak menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman mahasiswa selama berada di Bento Kopi. Selain itu, pengalaman mahasiswa terhadap aspek fisik juga dipengaruhi oleh konteks aktivitas yang mereka lakukan, seperti belajar, rapat organisasi, mengerjakan tugas, maupun sekadar bersantai bersama teman.

Temuan tersebut selaras dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman *et al.* (1988) bahwa dimensi *tangibles* berkaitan dengan kondisi fisik layanan, fasilitas, perlengkapan, dan lingkungan yang dapat memengaruhi

persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Dalam konteks penelitian ini, aspek fisik Bento Kopi menjadi salah satu elemen awal yang membentuk pengalaman mahasiswa terhadap layanan *coffee shop*. Selain itu, temuan penelitian juga sejalan dengan konsep *customer experience* dari Moustakas (1994) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk melalui keterlibatan sensorik dan emosional yang dirasakan selama berinteraksi dengan suatu layanan. Suasana nyaman, pemandangan alam, serta desain ruang yang fleksibel menciptakan pengalaman emosional yang membuat mahasiswa merasa lebih rileks dan nyaman berada di Bento Kopi. Di sisi lain, konsep *third place* dari Oldenburg (1999) juga terlihat dalam penelitian ini, dimana Bento Kopi dimaknai mahasiswa sebagai ruang alternatif di luar rumah dan kampus yang dapat digunakan untuk belajar, berdiskusi, maupun membangun interaksi sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Safitri *et al.*, (2025) yang menunjukkan bahwa kenyamanan fisik, pencahayaan, musik latar, serta fasilitas seperti WiFi dan stop kontak mampu meningkatkan konsentrasi belajar mahasiswa di *coffee shop*. Penelitian Hermawan *et al.*, (2025) juga menemukan bahwa suasana fleksibel dan lingkungan sosial *coffee shop* memengaruhi pengalaman mahasiswa ketika belajar dan berdiskusi. Selain itu, penelitian Koto *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa atmosfer kafe dan *customer experience* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih *coffee shop* sebagai tempat belajar. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, namun juga memperluas pemahaman bahwa mahasiswa tidak hanya memaknai fasilitas fisik secara fungsional, tetapi juga secara emosional dan kontekstual. Suasana *semi*

outdoor dan pemandangan alam dimaknai mahasiswa sebagai bagian dari pengalaman untuk mencari ketenangan dan melepas penat dari aktivitas akademik.

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman mahasiswa terhadap aspek tangibles menunjukkan bahwa kondisi fisik *coffee shop* tidak hanya dipahami sebagai objek material, tetapi sebagai ruang pengalaman yang dimaknai secara subjektif oleh mahasiswa. Pengalaman kenyamanan muncul bukan semata-mata karena keberadaan fasilitas, tetapi karena bagaimana fasilitas tersebut dihayati dan digunakan dalam konteks kehidupan sehari-hari mahasiswa. Mahasiswa memaknai Bento Kopi sebagai ruang yang mampu memberikan suasana tenang, rasa nyaman, serta dukungan terhadap aktivitas akademik dan sosial mereka. Dengan demikian, aspek fisik dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen pelayanan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman hidup (*lived experience*) mahasiswa dalam menjalani rutinitas akademik dan sosial di lingkungan *coffee shop*.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya menciptakan kenyamanan dan kemaslahatan dalam kehidupan sosial. Lingkungan yang nyaman, bersih, dan mendukung aktivitas pelanggan menunjukkan adanya upaya untuk memberikan manfaat bagi orang lain dalam aktivitas pelayanan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 195:

وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

Ayat tersebut menegaskan pentingnya berbuat baik dalam setiap aktivitas, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, penyediaan fasilitas yang nyaman, lingkungan yang bersih, serta suasana yang mendukung aktivitas mahasiswa menunjukkan adanya upaya Bento Kopi dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Ketika mahasiswa merasa nyaman dan terbantu dengan kondisi fisik *coffee shop*, hal tersebut menunjukkan bahwa aspek *tangibles* tidak hanya memberikan manfaat secara fungsional, tetapi juga menghadirkan kenyamanan emosional bagi pelanggan. Dengan demikian, dimensi *tangibles* dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai fasilitas fisik semata, tetapi juga sebagai bentuk upaya menciptakan kemaslahatan dan kenyamanan bagi pelanggan sebagaimana nilai yang diajarkan dalam Islam.

4.3.2 Pembahasan Pengalaman Mahasiswa terhadap Keandalan (*Reliability*) di Bento Kopi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap *reliability* di Bento Kopi terbentuk melalui konsistensi pelayanan, ketepatan pesanan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan sesuai harapan pelanggan. Mahasiswa menilai bahwa pelayanan di Bento Kopi cenderung stabil meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai. Ketepatan pesanan, kestabilan rasa menu, serta kecepatan penyajian menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan. Selain itu, mahasiswa juga memaknai *reliability* melalui kemampuan Bento

Kopi dalam mendukung aktivitas mereka secara berkelanjutan, seperti belajar, rapat organisasi, maupun bersantai bersama teman tanpa terganggu oleh pelayanan yang lambat atau tidak konsisten. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan layanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga dapat diandalkan dalam mendukung aktivitas akademik dan sosial mereka sehari-hari.

Temuan tersebut selaras dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, *et al.*, (1988) yang menjelaskan bahwa *reliability* berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan secara akurat, konsisten, dan sesuai janji kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, *reliability* terlihat melalui ketepatan pesanan, kestabilan kualitas menu, serta pelayanan yang tetap berjalan baik meskipun *coffee shop* berada dalam kondisi ramai. Namun demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* tidak hanya dimaknai mahasiswa sebagai ketepatan teknis pelayanan sebagaimana konsep SERVQUAL, tetapi juga sebagai bentuk rasa aman dan nyaman yang muncul ketika mahasiswa dapat menjalankan aktivitas mereka tanpa khawatir terhadap kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, temuan penelitian juga sejalan dengan konsep *customer experience* dari Schmitt (1999) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk dari akumulasi interaksi yang konsisten selama menggunakan layanan. Konsistensi pelayanan di Bento Kopi menciptakan rasa percaya mahasiswa sehingga *coffee shop* dipilih sebagai tempat yang mendukung aktivitas mereka secara rutin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agustina (2025) yang menemukan bahwa konsistensi pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan mahasiswa terhadap *coffee shop*. Penelitian Kotler & Keller (2016) juga menjelaskan bahwa konsistensi kualitas layanan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu bisnis layanan. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian tersebut, namun juga memperluas pemahaman bahwa *reliability* dalam konteks *coffee shop* mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan keberhasilan pelayanan secara teknis, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan layanan dalam menciptakan stabilitas pengalaman bagi pelanggan. Mahasiswa merasa nyaman datang kembali ke Bento Kopi karena mereka telah memiliki ekspektasi bahwa pelayanan, rasa menu, dan suasana yang diterima akan relatif sama pada setiap kunjungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsistensi layanan menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman positif mahasiswa terhadap Bento Kopi.

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman mahasiswa terhadap *reliability* menunjukkan bahwa keandalan layanan tidak hanya dipahami sebagai kemampuan teknis dalam menyajikan pesanan secara tepat, tetapi juga sebagai pengalaman yang menghadirkan rasa percaya dan kepastian bagi mahasiswa selama berada di Bento Kopi. Mahasiswa tidak sekadar menilai apakah pesanan datang dengan benar, tetapi juga menghayati bagaimana konsistensi pelayanan tersebut membantu mereka menjalankan aktivitas akademik dan sosial dengan lebih nyaman. Dengan demikian, *reliability* dimaknai sebagai pengalaman

stabilitas layanan yang mampu menghadirkan rasa aman, nyaman, dan percaya dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya amanah dan tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap bentuk tanggung jawab harus dijalankan dengan baik, termasuk dalam aktivitas pelayanan bisnis. Dalam penelitian ini, pelayanan yang konsisten, ketepatan pesanan, serta kemampuan Bento Kopi dalam menjaga kualitas layanan menunjukkan adanya upaya untuk menjalankan amanah kepada pelanggan. Ketika mahasiswa merasa bahwa pelayanan yang diberikan dapat diandalkan, hal tersebut menunjukkan terbentuknya rasa percaya yang lahir dari pengalaman pelayanan yang konsisten.

Dengan demikian, *reliability* dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan teknis pelayanan, tetapi juga sebagai bentuk amanah dan tanggung jawab dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sebagaimana nilai yang diajarkan dalam Islam.

4.3.3 Pembahasan Pengalaman Mahasiswa terhadap Daya Tanggap (*Responsiveness*) di Bento Kopi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap *responsiveness* di Bento Kopi terbentuk melalui kesigapan karyawan dalam merespon pelanggan, kecepatan pelayanan, serta kemampuan karyawan dalam membantu kebutuhan mahasiswa selama berada di *coffee shop*. Mahasiswa menilai bahwa karyawan Bento Kopi cukup cepat dalam merespon pesanan, membantu ketika pelanggan membutuhkan sesuatu, serta tetap tanggap meskipun kondisi *coffee shop* sedang ramai. Selain itu, mahasiswa juga memaknai *responsiveness* melalui sikap karyawan yang tidak terkesan cuek dan mudah diajak berkomunikasi ketika pelanggan membutuhkan bantuan. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan pelayanan yang responsif agar aktivitas mereka, seperti belajar, berdiskusi, maupun bersantai, dapat berlangsung dengan nyaman tanpa hambatan pelayanan yang berlarut-larut.

Temuan tersebut selaras dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman *et al.*,(1988) yang menjelaskan bahwa *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Dalam penelitian ini, *responsiveness* terlihat melalui kemampuan karyawan dalam merespon pesanan dengan cepat, membantu pelanggan ketika membutuhkan sesuatu, serta tetap memberikan pelayanan yang baik dalam kondisi ramai. Namun demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak hanya dimaknai mahasiswa

sebagai kecepatan pelayanan secara teknis, tetapi juga sebagai bentuk perhatian dan kepedulian yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan karyawan. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan konsep *customer experience* dari Schmitt (1999) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk melalui interaksi langsung yang melibatkan aspek emosional dan sosial. Respons cepat yang diberikan karyawan menciptakan pengalaman positif karena mahasiswa merasa diperhatikan dan dibantu selama berada di Bento Kopi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agustina (2025) yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan komunikatif mampu meningkatkan kenyamanan mahasiswa selama berada di kafe. Penelitian Saputra (2026) juga menemukan bahwa *responsiveness* menjadi salah satu dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap pengalaman positif pelanggan *coffee shop*, terutama melalui kesigapan staf dalam membantu kebutuhan pelanggan. Selain itu, penelitian Hilmy & Novianti (2025) menunjukkan bahwa staf yang responsif dan komunikatif mampu menciptakan kenyamanan pelanggan selama berada di Bento Kopi. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, namun juga memperluas pemahaman bahwa *responsiveness* dalam konteks mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pelayanan, tetapi juga berkaitan dengan perhatian sosial yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan karyawan. Mahasiswa merasa nyaman ketika karyawan cepat membantu dan tidak mengabaikan pelanggan, terutama saat mereka sedang belajar atau mengerjakan tugas dalam waktu yang cukup lama di *coffee shop*.

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman mahasiswa terhadap *responsiveness* menunjukkan bahwa daya tanggap pelayanan tidak hanya dipahami sebagai tindakan membantu pelanggan secara cepat, tetapi juga sebagai pengalaman interpersonal yang menghadirkan rasa diperhatikan dan dihargai. Mahasiswa tidak sekadar menilai cepat atau lambatnya pelayanan, tetapi juga menghayati bagaimana respon yang diberikan karyawan mampu menciptakan suasana nyaman selama mereka berada di Bento Kopi. Dengan demikian, *responsiveness* dimaknai sebagai pengalaman interaksi sosial yang memberikan rasa nyaman, diterima, dan diperhatikan dalam aktivitas sehari-hari mahasiswa di lingkungan *coffee shop*.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya sikap tolong-menolong dan memberikan kemudahan kepada orang lain. Dalam konteks pelayanan, kesigapan membantu pelanggan mencerminkan sikap peduli dan tanggung jawab sosial dalam berinteraksi dengan sesama. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Ma'idah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan."

Ayat tersebut menegaskan pentingnya saling membantu dalam kebaikan, termasuk dalam aktivitas pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, kesigapan karyawan dalam membantu kebutuhan pelanggan menunjukkan adanya upaya untuk memberikan pelayanan yang baik dan memudahkan

pelanggan selama berada di Bento Kopi. Ketika mahasiswa merasa cepat dibantu dan direspon dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak hanya memberikan manfaat secara teknis, tetapi juga menghadirkan pengalaman sosial yang positif bagi pelanggan. Dengan demikian, dimensi *responsiveness* dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai kecepatan pelayanan, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian dan sikap membantu sesama sebagaimana nilai yang diajarkan dalam Islam.

4.3.4 Pembahasan Pengalaman Mahasiswa terhadap Jaminan (*Assurance*) di Bento Kopi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap *assurance* di Bento Kopi terbentuk melalui sikap karyawan yang ramah, sopan, serta mampu memberikan rasa nyaman dan percaya kepada pelanggan selama berada di *coffee shop*. Mahasiswa menilai bahwa karyawan Bento Kopi memiliki cara komunikasi yang baik, mudah diajak berbicara, serta mampu memberikan pelayanan dengan sikap yang menghargai pelanggan. Selain itu, mahasiswa juga memaknai *assurance* melalui kemampuan karyawan dalam memberikan informasi terkait menu dan membantu pelanggan dengan sikap yang profesional. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan pelayanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga mampu menghadirkan rasa aman, nyaman, dan percaya selama melakukan aktivitas di *coffee shop*.

Temuan tersebut selaras dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman *et al.*, (1988) yang menjelaskan bahwa *assurance* berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan melalui

sikap sopan, pengetahuan layanan, serta kemampuan berkomunikasi yang baik. Dalam penelitian ini, *assurance* terlihat melalui keramahan karyawan, sikap sopan saat melayani pelanggan, serta kemampuan karyawan dalam membantu dan memberikan informasi kepada mahasiswa. Namun demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance* tidak hanya dimaknai mahasiswa sebagai bentuk profesionalitas pelayanan secara teknis, tetapi juga sebagai pengalaman interpersonal yang mampu menghadirkan rasa dihargai dan diterima selama berada di Bento Kopi. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan konsep *customer experience* dari Schmitt (1999) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk melalui interaksi emosional dan sosial antara pelanggan dengan penyedia layanan. Sikap ramah dan komunikasi yang baik dari karyawan menciptakan pengalaman positif karena mahasiswa merasa lebih nyaman dan percaya selama berada di *coffee shop*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bima *et al.*, (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi empatik dan kemampuan staf memahami kebutuhan pelanggan mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif di *coffee shop*. Penelitian Villanueva *et al.*, (2025) juga menemukan bahwa *assurance* menjadi salah satu dimensi kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan profesional. Selain itu, penelitian Hilmy & Novianti (2025) menunjukkan bahwa staf Bento Kopi yang ramah dan memahami produk mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berada di *coffee shop*. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, namun juga memperluas pemahaman bahwa *assurance*

dalam konteks mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan kemampuan pelayanan, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana mahasiswa merasakan penghargaan sosial dan kenyamanan emosional selama berinteraksi dengan karyawan.

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman mahasiswa terhadap assurance menunjukkan bahwa jaminan pelayanan tidak hanya dipahami sebagai kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara profesional, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang menghadirkan rasa nyaman, aman, dan dihargai. Mahasiswa tidak sekadar menilai apakah karyawan mampu melayani dengan baik, tetapi juga menghayati bagaimana sikap ramah dan komunikasi yang positif mampu menciptakan hubungan pelayanan yang lebih dekat dan nyaman selama mereka berada di Bento Kopi. Dengan demikian, *assurance* dimaknai sebagai pengalaman interaksi yang menghadirkan rasa percaya, diterima, dan dihargai dalam aktivitas sehari-hari mahasiswa di lingkungan *coffee shop*.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya berkata baik dan memperlakukan orang lain dengan sikap yang sopan serta penuh penghormatan. Dalam konteks pelayanan, sikap ramah dan komunikasi yang baik mencerminkan akhlak yang dianjurkan dalam Islam ketika berinteraksi dengan sesama manusia. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 83:

وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا

Artinya: "Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia."

Ayat tersebut menegaskan pentingnya berbicara dan bersikap baik kepada orang lain, termasuk dalam aktivitas pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, sikap ramah, sopan, dan komunikasi yang baik dari karyawan menunjukkan adanya upaya untuk memberikan pelayanan yang menghargai pelanggan selama berada di Bento Kopi. Ketika mahasiswa merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa *assurance* tidak hanya memberikan rasa percaya secara teknis, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional dan sosial yang positif bagi pelanggan. Dengan demikian, dimensi *assurance* dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan pelayanan, tetapi juga sebagai bentuk akhlak dan penghormatan terhadap sesama sebagaimana nilai yang diajarkan dalam Islam.

4.3.5 Pembahasan Pengalaman Mahasiswa terhadap Perhatian (*Empathy*) di Bento Kopi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap *empathy* di Bento Kopi terbentuk melalui sikap karyawan yang ramah, peduli, serta mampu memahami kebutuhan pelanggan selama berada di *coffee shop*. Mahasiswa menilai bahwa karyawan Bento Kopi tidak hanya melayani pelanggan secara formal, tetapi juga menunjukkan perhatian melalui sikap yang santai, komunikatif, dan mudah diajak berinteraksi. Selain itu, mahasiswa juga memaknai *empathy* melalui kemampuan karyawan dalam memahami situasi pelanggan, seperti memberikan toleransi ketika *coffee shop* ramai, membantu pelanggan dengan sabar, serta tetap menjaga kenyamanan pelanggan selama berada di Bento Kopi. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa

membutuhkan pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga mampu menghadirkan rasa diperhatikan dan dipahami secara personal selama melakukan aktivitas di *coffee shop*.

Temuan tersebut selaras dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman *et al.*, (1988) yang menjelaskan bahwa *empathy* berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan perhatian personal dan memahami kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian ini, *empathy* terlihat melalui sikap karyawan yang ramah, sabar, komunikatif, dan mampu menciptakan suasana pelayanan yang nyaman bagi mahasiswa. Namun demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *empathy* tidak hanya dimaknai mahasiswa sebagai keramahan pelayanan secara umum, tetapi juga sebagai pengalaman emosional yang menghadirkan rasa dekat, dihargai, dan dipahami selama berada di Bento Kopi. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan konsep *customer experience* dari Schmitt (1999) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk melalui keterlibatan emosional dan hubungan interpersonal selama menggunakan layanan. Sikap perhatian dan kepedulian yang diberikan karyawan menciptakan pengalaman positif karena mahasiswa merasa lebih nyaman dan diterima ketika berada di *coffee shop*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putra *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa komunikasi empatik dan interaksi personal menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pelanggan di *coffee shop*. Penelitian Hermawan *et al.*, (2025) juga menemukan bahwa suasana sosial dan interaksi yang nyaman memengaruhi pengalaman mahasiswa selama berada di *coffee*

shop. Selain itu, penelitian Ramadhoni *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah dan suasana yang mendukung mampu meningkatkan kenyamanan mahasiswa ketika menggunakan *coffee shop* sebagai ruang belajar alternatif. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya, namun juga memperluas pemahaman bahwa *empathy* dalam konteks mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan keramahan pelayanan, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana mahasiswa merasakan perhatian emosional dan hubungan sosial yang nyaman selama berada di *coffee shop*.

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman mahasiswa terhadap *empathy* menunjukkan bahwa perhatian pelayanan tidak hanya dipahami sebagai sikap ramah dari karyawan, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang menghadirkan rasa diterima, dipahami, dan dihargai selama berada di Bento Kopi. Mahasiswa tidak sekadar menilai bagaimana karyawan melayani pelanggan, tetapi juga menghayati bagaimana perhatian kecil, komunikasi santai, dan sikap peduli dari karyawan mampu menciptakan suasana yang lebih nyaman dan akrab. Dengan demikian, *empathy* dimaknai sebagai pengalaman hubungan interpersonal yang memberikan rasa nyaman secara emosional dalam aktivitas sehari-hari mahasiswa di lingkungan *coffee shop*.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya sikap peduli, kasih sayang, dan kelembutan dalam berinteraksi dengan sesama manusia. Dalam konteks pelayanan, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan mencerminkan sikap ihsan dan kepedulian sosial yang

dianjurkan dalam Islam. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S.

Ali ‘Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ

Artinya: “Maka berkat rahmat dari Allah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka.”

Ayat tersebut menegaskan pentingnya bersikap lemah lembut dan penuh perhatian kepada orang lain dalam interaksi sosial. Dalam penelitian ini, sikap ramah, sabar, dan perhatian yang diberikan karyawan menunjukkan adanya upaya untuk menciptakan pelayanan yang nyaman dan menghargai pelanggan selama berada di Bento Kopi. Ketika mahasiswa merasa dipahami dan diperlakukan dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa *empathy* tidak hanya memberikan kenyamanan secara pelayanan, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional dan sosial yang positif bagi pelanggan. Dengan demikian, dimensi *empathy* dalam penelitian ini tidak hanya dimaknai sebagai perhatian pelayanan, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian dan sikap kasih sayang terhadap sesama sebagaimana nilai yang diajarkan dalam Islam.

4.3.6 Esensi Pengalaman Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan Bento Kopi secara Holistik

Berdasarkan pembahasan kelima dimensi kualitas layanan di atas, dapat dipahami bahwa pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi tidak terbentuk secara terpisah-pisah, melainkan sebagai satu kesatuan pengalaman yang saling mengisi dan memperkuat. Kondisi fisik yang nyaman

(*tangibles*) menciptakan fondasi ruang yang memungkinkan mahasiswa merasa betah untuk bertahan lama. Di atas fondasi tersebut, konsistensi pelayanan (*reliability*) membangun rasa aman dan kepercayaan bahwa Bento Kopi dapat diandalkan kapan pun mahasiswa membutuhkannya. Kesigapan karyawan (*responsiveness*) memastikan aktivitas mahasiswa tidak terganggu, sementara sikap profesional dan komunikasi yang baik (*assurance*) menghadirkan rasa dihargai secara sosial. Puncaknya, perhatian personal (*empathy*) mengubah hubungan pelanggan-penyedia layanan menjadi hubungan yang lebih hangat dan manusiawi.

Kelima dimensi ini tidak bekerja secara linear, melainkan membentuk ekosistem pengalaman yang terasa utuh ketika hadir secara bersamaan. Temuan ini memperkuat konsep *customer experience* dari Schmitt (1999) yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan adalah konstruksi multidimensional yang terbentuk melalui keterlibatan sensorik, emosional, kognitif, dan sosial secara simultan. Selain itu, keseluruhan pengalaman tersebut sejalan dengan konsep *third place* Oldenburg (1999) Bento Kopi tidak sekadar menjadi lokasi fisik, tetapi menjadi ruang sosial yang memiliki makna dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi bahwa dalam konteks fenomenologi, kualitas layanan tidak dapat dipahami hanya sebagai seperangkat indikator yang diukur, tetapi sebagai pengalaman yang dihayati (*lived experience*) secara holistik. Mahasiswa tidak datang ke Bento Kopi untuk menilai dimensi SERVQUAL mereka datang untuk belajar, beristirahat, dan

berinteraksi. Kualitas layanan hadir dalam penghayatan itu bukan sebagai objek penilaian, melainkan sebagai bagian dari pengalaman hidup mereka sebagai mahasiswa di Kota Malang.

Dengan demikian, implikasi teoritis penelitian ini adalah bahwa pengukuran kualitas layanan secara kuantitatif perlu dilengkapi dengan pendekatan fenomenologis agar dimensi makna, konteks, dan penghayatan pelanggan dapat tertangkap secara lebih utuh. Penelitian ini menunjukkan bahwa memahami *bagaimana* dan *mengapa* pelanggan memaknai layanan sama pentingnya dari sekadar mengetahui seberapa puas mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian fenomenologi mengenai pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan *coffee shop* di Bento Kopi Kota Malang, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan tidak hanya dipahami oleh mahasiswa sebagai seperangkat indikator teknis pelayanan, melainkan dihayati sebagai pengalaman yang bersifat holistik, kontekstual, dan penuh makna dalam kehidupan sehari-hari mereka. Mahasiswa memaknai Bento Kopi sebagai ruang lebih dari sekadar tempat konsumsi, yaitu sebagai *third place* yang menjadi perantara antara kehidupan akademik dan kehidupan personal, tempat di mana aktivitas belajar, diskusi, bersosialisasi, dan bersantai dapat berlangsung secara bersamaan dalam suasana yang mendukung. Secara lebih rinci, berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yang digunakan sebagai lensa interpretatif, pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Pengalaman terhadap Bukti Fisik (*Tangibles*)

Mahasiswa memaknai aspek bukti fisik Bento Kopi tidak hanya sebagai fasilitas pendukung konsumsi, tetapi sebagai bagian aktif yang membentuk kualitas pengalaman belajar dan bersosialisasi mereka. Fasilitas seperti WiFi yang stabil, ketersediaan stop kontak, area lesehan, ruang ber-AC, *bean bag*, serta suasana *semi-outdoor* dengan pemandangan persawahan dimaknai sebagai elemen ruang yang membantu mahasiswa merasa nyaman, rileks, dan produktif.

Lingkungan fisik yang bersih dan fleksibel memungkinkan mahasiswa bertahan dalam waktu lama tanpa rasa terganggu.

Dalam perspektif fenomenologi, kondisi fisik *coffee shop* tidak dipahami sebagai objek material semata, melainkan sebagai ruang pengalaman (*lived space*) yang dihayati secara subjektif. Suasana *semi-outdoor* dan pemandangan alam, misalnya, dimaknai mahasiswa sebagai cara melepaskan tekanan akademik secara emosional, bukan sekadar estetika visual. Dengan demikian, dimensi tangibles dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan fisik yang ditawarkan Bento Kopi berkontribusi terhadap terbentuknya pengalaman layanan yang bermakna bagi mahasiswa.

5.1.2 Pengalaman terhadap Keandalan (*Reliability*)

Mahasiswa memaknai keandalan layanan Bento Kopi melalui konsistensi pelayanan, ketepatan pesanan, serta kemampuan karyawan dalam tetap memberikan pelayanan yang cepat dan akurat meskipun *coffee shop* berada dalam kondisi ramai. Konsistensi ini menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi mahasiswa bahwa layanan yang mereka terima tidak akan jauh berbeda dari satu kunjungan ke kunjungan berikutnya.

Secara fenomenologis, *reliability* dimaknai bukan sekadar ketepatan teknis pelayanan, tetapi sebagai pengalaman stabilitas yang menghadirkan rasa kepastian dalam mendukung aktivitas akademik dan sosial mahasiswa. Mahasiswa merasa dapat mengandalkan Bento Kopi sebagai ruang yang siap mendukung kebutuhan mereka kapan saja, sehingga keandalan layanan ini turut memperkuat loyalitas kunjungan mahasiswa.

5.1.3 Pengalaman terhadap Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pengalaman mahasiswa terhadap daya tanggap layanan Bento Kopi terbentuk melalui kesigapan karyawan dalam merespons pesanan, membantu kebutuhan pelanggan, dan tetap tanggap meski kondisi *coffee shop* sedang ramai. Karyawan yang responsif tidak hanya berdampak pada efisiensi layanan, tetapi juga menghadirkan perasaan diperhatikan dan dihargai secara personal bagi mahasiswa.

Dalam penghayatan mahasiswa, *responsiveness* tidak hanya dibaca sebagai kecepatan teknis, melainkan sebagai sinyal bahwa kehadiran mereka diakui dan dianggap penting. Daya tanggap yang baik membantu mahasiswa menjalankan aktivitas belajar atau berdiskusi tanpa gangguan pelayanan yang berlarut, sehingga pengalaman keseluruhan menjadi lebih nyaman dan kondusif.

5.1.4 Pengalaman terhadap Jaminan (*Assurance*)

Mahasiswa memaknai dimensi jaminan layanan melalui sikap ramah, sopan, profesional, dan komunikasi yang baik dari karyawan Bento Kopi. Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi terkait menu, melayani dengan sikap yang menghargai, serta menciptakan suasana interaksi yang nyaman, berkontribusi pada terbentuknya rasa percaya dan rasa dihargai bagi mahasiswa sebagai pelanggan.

Secara fenomenologis, *assurance* tidak hanya dimaknai sebagai bentuk profesionalitas pelayanan, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang menghadirkan rasa diterima dan dihormati. Ketika karyawan mampu

membangun interaksi yang sopan dan komunikatif, mahasiswa merasakan hubungan pelayanan yang lebih personal dan tidak berjarak, sehingga mempererat kenyamanan emosional mereka selama berada di Bento Kopi.

5.1.5 Pengalaman terhadap Perhatian (*Empathy*)

Pengalaman mahasiswa terhadap *empathy* di Bento Kopi terbentuk melalui sikap karyawan yang tidak hanya melayani secara formal, tetapi juga menunjukkan kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan secara personal. Komunikasi yang santai namun sopan, kesediaan membantu bahkan di luar kebutuhan standar layanan, serta sikap tidak membedakan pelanggan membuat mahasiswa merasa diperlakukan sebagai individu, bukan sekadar konsumen.

Secara fenomenologis, *empathy* dimaknai sebagai pengalaman hubungan interpersonal yang menghadirkan rasa kedekatan, kehangatan sosial, dan kenyamanan emosional. Mahasiswa tidak hanya menilai keramahan sebagai standar layanan, tetapi menghayatinya sebagai bentuk pengakuan atas kehadiran dan kebutuhan mereka. Hal ini menjadikan Bento Kopi bukan sekadar tempat minum kopi, melainkan ruang sosial yang memberikan rasa nyaman dan diterima.

5.1.6 Esensi Pengalaman secara Holistik

Secara keseluruhan, esensi pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan Bento Kopi Kota Malang dapat dipahami sebagai pengalaman yang terbentuk melalui harmonisasi antara kenyamanan fisik ruang (*tangibles*), konsistensi dan keandalan layanan (*reliability*), kesigapan dan ketanggapan

karyawan (*responsiveness*), rasa percaya dan aman dalam interaksi (*assurance*), serta perhatian dan kepedulian personal (*empathy*). Kelima dimensi ini tidak bekerja secara linier atau terpisah, melainkan membentuk ekosistem pengalaman yang terasa utuh ketika hadir secara bersamaan.

Dalam perspektif fenomenologi Moustakas (1994), mahasiswa tidak datang ke Bento Kopi untuk mengevaluasi dimensi SERVQUAL secara sadar. Mereka datang untuk belajar, berdiskusi, bersosialisasi, atau sekadar beristirahat dari rutinitas akademik. Kualitas layanan hadir dalam penghayatan itu bukan sebagai objek penilaian, melainkan sebagai bagian dari *lived experience* mereka sebagai mahasiswa di Kota Malang. Penelitian ini menunjukkan bahwa memahami bagaimana dan mengapa pelanggan memaknai layanan sama pentingnya bahkan lebih kaya dari sekadar mengukur seberapa puas mereka melalui angka.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman bahwa kualitas layanan *coffee shop* bagi mahasiswa bukan semata-mata tentang efisiensi operasional, melainkan tentang bagaimana sebuah tempat mampu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa secara bermakna mendukung aktivitas akademik, memfasilitasi interaksi sosial, dan memberikan kenyamanan emosional yang menjadi kebutuhan riil mahasiswa dalam menjalani kehidupan kampus.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini.

5.2.1 Bagi Pihak Manajemen Bento Kopi

Bento Kopi diharapkan dapat mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas layanan yang sudah mendapat penilaian positif dari pelanggan mahasiswa, khususnya pada aspek-aspek berikut:

a) Peningkatan dan pemeliharaan fasilitas fisik

Kestabilan WiFi dan ketersediaan stop kontak merupakan fasilitas yang sangat krusial bagi mahasiswa yang menggunakan Bento Kopi sebagai ruang belajar dan mengerjakan tugas. Manajemen disarankan untuk secara berkala memeriksa dan memperbarui infrastruktur jaringan serta memastikan jumlah stop kontak yang memadai di setiap area duduk.

b) Menjaga kebersihan dan kenyamanan ruang

Mahasiswa sangat memperhatikan kebersihan meja, lantai, dan fasilitas pendukung. Jadwal pembersihan rutin yang konsisten, terutama pada jam-jam sibuk, akan membantu mempertahankan citra positif Bento Kopi sebagai ruang yang nyaman dan kondusif.

c) Mempertahankan konsistensi kualitas produk dan layanan

Ketepatan pesanan dan kestabilan rasa menu menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan mahasiswa. Standar operasional prosedur (SOP) yang jelas dan pelatihan karyawan secara berkala perlu diterapkan untuk

memastikan konsistensi layanan di seluruh *outlet* Bento Kopi Kota Malang.

d) Pengembangan kapasitas ruang untuk aktivitas mahasiswa

Mengingat Bento Kopi banyak digunakan untuk rapat organisasi, diskusi kelompok, dan belajar bersama, pengelola dapat mempertimbangkan penyediaan area khusus yang mendukung aktivitas kolaboratif, seperti meja besar atau ruang yang dapat dipesan untuk keperluan kelompok.

5.2.2 Bagi Karyawan Bento Kopi

Karyawan merupakan aktor utama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memegang peran penting dalam membentuk pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan. Saran yang dapat diberikan kepada karyawan antara lain:

a) Mempertahankan sikap ramah dan komunikatif

Keramahan dan kemampuan berkomunikasi secara santai namun tetap sopan menjadi kekuatan utama Bento Kopi di mata mahasiswa. Karyawan disarankan untuk terus mempertahankan pendekatan personal dalam melayani pelanggan, termasuk inisiatif kecil seperti menyapa atau menanyakan kebutuhan pelanggan secara proaktif.

b) Meningkatkan kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan

Karyawan diharapkan mampu membaca situasi dan kebutuhan pelanggan tanpa harus menunggu diminta, seperti membantu pelanggan yang kesulitan, menawarkan informasi menu secara inisiatif, atau memastikan kenyamanan pelanggan di area yang sedang ramai.

c) Menjaga konsistensi sikap dalam berbagai kondisi

Mahasiswa menilai bahwa karyawan tetap tanggap dan ramah meskipun *coffee shop* sedang ramai sebagai hal yang sangat diapresiasi. Kemampuan menjaga kualitas interaksi dalam kondisi kerja yang padat perlu dijadikan standar pelayanan yang diterapkan secara konsisten.

d) Mengembangkan pengetahuan produk

Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas dan tepat mengenai menu serta fasilitas yang tersedia berkontribusi pada dimensi *assurance*. Pelatihan rutin terkait pengetahuan produk dan layanan disarankan untuk meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam melayani pelanggan.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memberikan kontribusi awal dalam memahami pengalaman mahasiswa terhadap kualitas layanan *coffee shop* melalui pendekatan fenomenologi. Namun demikian, masih terdapat berbagai aspek yang dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya, antara lain:

- a) Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada *coffee shop* berbeda di kota-kota lain di Indonesia, atau membandingkan *coffee shop* lokal dengan *coffee shop* internasional untuk mengeksplorasi perbedaan pemaknaan pengalaman mahasiswa dalam konteks yang beragam.
- b) Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Moustakas. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi pendekatan fenomenologi van Manen yang lebih menekankan pada hermeneutika teks, atau

menggabungkan fenomenologi dengan pendekatan etnografi untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya mengenai kehidupan mahasiswa di *coffee shop*.

- c) Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi dimensi pengalaman yang belum terkaji secara mendalam dalam penelitian ini, seperti loyalitas pelanggan dari perspektif fenomenologis, pengalaman mahasiswa terhadap digital service (pemesanan *online*, *review platform*), atau pengaruh *coffee shop* terhadap identitas sosial dan gaya hidup mahasiswa.
- d) Penelitian selanjutnya dapat memadukan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan instrumen kuantitatif untuk menjembatani kedalaman makna yang diperoleh dari fenomenologi dengan generalisasi yang dapat dicapai melalui survei, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pengalaman pelanggan di *coffee shop*.

Penelitian ini merupakan langkah awal dalam memahami kualitas layanan *coffee shop* dari sudut pandang fenomenologi yang berfokus pada pengalaman hidup mahasiswa. Diharapkan temuan dan rekomendasi dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata, baik bagi dunia akademik dalam pengembangan kajian ilmu manajemen pemasaran jasa, maupun bagi praktik pengelolaan *coffee shop* dalam upaya menciptakan layanan yang lebih bermakna, manusiawi, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan secara holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surah Al Baqarah ayat 195
- Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 58
- Alqur'an Surah Al-Maidah ayat 2
- Alqur'an Surah Al-Imran ayat 159
- A. J. Ali & A. Al-Owaidan. (2008). *Islamic Work Ethic: A Critical Review*.
<https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Rineka Cipta
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). Improving service quality in America: Lessons learned. *Academy of Management Perspectives*, 8(2), 32–45. <https://doi.org/10.5465/ame.1994.9503101072>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*.
<https://doi.org/https://www.rajagrafindo.co.id/produk/metodologi-penelitian-kualitatif-burhan-bungin/>
- Canta, C., R. I. A., Kristanti, N. E. ., & Yuliando, H. (2024). *Consumers' Perception Analysis on Service Quality of Coffee Shops and Coworking Spaces in Yogyakarta*. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/agritech.70046>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Gremler, D. D., & Gwinner, K. P. (2000). Customer-Employee Rapport in Service Relationships. *Journal of Service Research*, 3(1), 82–104. <https://doi.org/10.1177/109467050031006>
- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09564239010139125>
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281.

<https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>

- Hilmy, I. A., & Novianti, A. (2025). Studi kualitatif mengeksplorasi kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan pada Bento Kopi Cirebon. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(5), 3651–3656. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i5.5385>
- Kurnianto, G. W., Aggacitto, & Ardillah, R. T. (2025). Study time at the coffee shop: Exploring student motives through a phenomenological study. *Indonesian Psychological Research*, 7(1), 43–54. <https://doi.org/10.29080/ipr.v7i1.1376>
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis pengaruh atmosfer café dan customer experience terhadap pengambilan keputusan customer yaitu mahasiswa Malang dalam pemilihan tempat coffee shop untuk belajar. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 8–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Ladhari, R. (2009). Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 308–331. <https://doi.org/10.1108/09604520910955320>
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications
- Meeprom, S., & Kokkhangplu, A. (2025). Customer experience and satisfaction in coffee consumption: an experiential marketing perspective. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2450296>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place*. Marlowe & Company.
- Parasuraman, A. ., Zeithaml, V. A. ., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230.

[https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90033-7](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90033-7)

- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.
- Putra, B. A., Firgie, D., & Antares, M. R. (2024). Eksplorasi pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan di Urugawa Coffee. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 140–149. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3547>
- Ramadhoni, R. D., Solina, E., & Putri, F. C. A. (2025). Peran coffee shop dalam menunjang minat belajar di luar kampus bagi mahasiswa Universitas Pamulang, Tangerang Selatan. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum dan Ilmu Sosial*, 2(3), 318–322. <https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v2i3.84>
- Sadeghi, H., & Aghaei, M. (2015). *Customer satisfaction and Islamic work ethic in service industries*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-10-2014-0102>
- Safitri, A., et al. (2025). Fenomenologi penggunaan coffee shop sebagai ruang belajar mahasiswa dalam meningkatkan konsentrasi belajar. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(3), 2800–2805. <https://ojs.ruangpublikasi.com/index.php/jpim/article/view/1275>.
- Saputra, Y., & Mesra, R. (2026). Pengalaman Pelanggan Terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan di Coffee Shop Tenoften Bukittinggi. *COMTE: Journal of Sociology Research and Education*, 2(6), 337–347. <https://doi.org/10.64924/04ncvb83>
- Sari, D. P.; Kusuma, H. (2021). Perilaku konsumen mahasiswa dalam memilih coffee shop. *Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 123–135.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press
- Teguh, S. F., Tjahjono, H. F., & Dewi, I. C. (2025). Analisis pengalaman konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan, promosi Instagram, dan lokasi: Studi kualitatif di Kwasong Café. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 3349–3356. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3945>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif* (3rd ed.). Alfabeta.
- van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. State University of New York Press.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 45–61. <https://doi.org/10.1108/08876049610148594>
- Waxman, L. (2006). The Coffee Shop: Social and Physical factors Influencing Place Attachment. *Journal of Interior Design*, 31(3), 35–53.

<https://doi.org/10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x>

Zeithaml, V. A. ., Bitner, M. J. ., & Gremler, D. D. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.
<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v12i1.21851>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
<https://doi.org/10.1177/002224299606000203>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi *Tangibles*

Dokumentasi <i>Tangibles</i>		
1	Area <i>Semi-Outdoor</i> dengan Pemandangan Persawahan	 Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
		 Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

2	Area <i>Indoor</i> Ber-AC	 Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
		 Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
3	Tempat duduk (kursi, meja, sofa, <i>beanbag</i>)	 Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

		 Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
4	Fasilitas Musholla & Kamar Mandi	 Musholla Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)  Musholla Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

		 Kamar Mandi Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)  Kamar Mandi Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
5	Stopkontak	 Stopkontak Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

6	Mainan	 Mainan Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
7	Panggung <i>Live Music</i>	 Panggung <i>Live Music</i> Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

Lampiran 2 Dokumentasi *Reliability*

Dokumentasi <i>Reliability</i>		
1	Area Pemesanan/Kasir	 Bento Kopi UIN Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
		 Bento Kopi UMM Malang Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

2	Mesin Grinder Kopi Bento Kopi	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
3	Aktifitas karyawan menyiapkan minuman	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
4	Sistem <i>Self Service</i> (customer langsung mengambil minuman sendiri)	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

Lampiran 3 Dokumentasi *Responsiveness*

Dokumentasi <i>Responsiveness</i>		
1	Karyawan Sedang Melayani Pemesanan Pelanggan	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
		 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

2	Karyawan Sedang Membersihkan Meja	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
3	Karyawan Membantu Pengunjung (menyiapkan kursi tambahan, mengantar makanan)	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)  Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

Lampiran 4 Dokumentasi Assurance

Dokumentasi Assurance		
1	Karyawan Sedang Melakukan <i>Greeting</i> kepada Pelanggan	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
2	Komunikasi Karyawan dengan Pengunjung (tampak interaksi yang ramah dan sopan)	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
3	Interaksi Pelayanan di Area Kasir (karyawan melayani transaksi dengan sikap profesional)	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

Lampiran 5 Dokumentasi *Empathy*

Dokumentasi <i>Empathy</i>		
1	Karyawan Membantu Pelanggan Tanpa Diminta	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
2	Karyawan Memberikan Informasi Menu kepada Pelanggan	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
3	Suasana Pelayanan Santai	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)

Lampiran 6 Wawancara Informan Mahasiswa

Wawancara Informan Mahasiswa Bento Kopi UMM Malang

Informan 1

Mustofa Kamal Mahasiswa UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Permissi kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, mau minta tolong kaka untuk jadi informan penelitian skripsi saya tentang analisis kualitas layanan di Bento Kopi. Sebelum itu apakah boleh dijelaskan dulu profil kaka dari nama lengkap, umur, mahasiswa kampus mana, dan semester berapa kak?
Informan	: Oh, boleh kak. Nama saya Muhammad Mustofa Kamal, Mahasiswa Semester 6 di kampus UIN, umur saya 21 tahun
Peneliti	: Baik kak Kamal, langsung saja saya mulai pertanyaannya ya kak, sejak kapan sih Kakak mulai berkunjung ke Bento Kopi UMM sini?
Informan	: Saya sebenarnya awal tau Bento itu yang dibelakang UIN, terus kata temen saya ada cabang lagi di daerah UMM jadi pas emang gabut gitu saya cobalah kak ke sini itu sekitar semester 4, ya kalau dihitung tahunnya mungkin kisaran tahun 2024 atau awal tahun 2025
Peneliti	: Oh jadi Kak Kamal udah tau dulu yang di dekat UIN ya kak. Nah terus pas udah kesini itu, Kak Kamal berapa kali sih datang ke Bento Kopi UMM ini mungkin dalam kurun waktu satu minggu atau satu bulan?
Informan	: Ke Bento Kopi UMM ini sebenarnya saya tidak terlalu sering sih daripada Bento UIN, mungkin sekitar 2 sampai 3 kali saja sebulan. Jadi bisa dibilang agak jarang, karena ya lokasinya cukup jauh kalo dari kos saya

Peneliti	:	Jadi lebih sering ke Bento Kopi UIN ya kak Kamal, nah apasih yang menjadi tujuan utama Kakak ketika memilih untuk jauh- jauh ke Bento Kopi UMM sini?
Informan	:	Tujuan utama saya ke sini tuh sebenarnya nyari suasana baru yang jauh dari kampus, biar ga ketemu temen-temen yang dikenal gitu, soalnya kalo ngopi daerah UIN sana kan pasti ada aja ketemu ya kak. Kalo saya kesini jadi emang lagi nyari suasana yang baru gitu, terus juga saya rasa enak disini buat nugas
Peneliti	:	Jadi nyari yang jauh ya Kak dari kampus. Nah, selanjutnya itu bagaimana sih pendapat Kak Kamal tentang kondisi fisik Bento Kopi UMM ini, mungkin dari kebersihan, fasilitas
Informan	:	Kalau dari aspek kebersihan, menurut saya bersih sih kak, aman sudah bersih. Dari desain, keknya dari awal saya kesini sampai sekarang tampilannya tetap sama ya gini sih luas gitu deket sawah. Terus ini ada ruangan AC keknya enak buat rapat-rapat gitu, ada <i>outdoor</i> , oh ya itu ada panggung itu biasanya buat <i>live music</i> sama sering dibuat <i>event</i> mahasiswa gitu
Peneliti	:	Keliatannya sangat lengkap ya kak, nah terus sejauh mana fasilitas seperti WiFi, tempat duduk, atau stop kontak mendukung aktivitas Kakak di sini?
Informan	:	WiFi di sini oke sih sangat cepat dan stabil, Tempat duduk juga oke banyak. Tapi di meja bagian tengah itu biasanya gaada stop kontak, jadi kalau mau nugas lama harus cari tempat di pinggir yang dekat tembok
Peneliti	:	Apakah layanan yang Kakak terima selama ini sudah sesuai dengan harapan Kakak? Bisa dijelaskan alasannya?
Informan	:	Secara keseluruhan sudah sesuai-sesuai aja sih, apalagi harganya sesuai kantong mahasiswa lah. Terus saya lihat ada peningkatan kualitas kopinya, dulu sepertinya masih pakai kopi bubuk biasa, tapi sekarang udah pakai biji kopi dan di baristanya ada mesin <i>grinder</i> sendiri, jadi rasanya lebih enak.
Peneliti	:	Jadi sudah ada perkembangan produk ya kak, nah bagaimana dengan ketanggapan karyawannya? Apakah mereka merespon dengan cepat jika Kakak membutuhkan bantuan?
Informan	:	Respon karyawannya baik, gercep juga sih, tidak cuek pas dipanggil dan langsung mengerjakan permintaan saya. Walau pas rame sekalipun, pesanan saya biasanya datang cepet, butuh waktu mungkin sekitar 1 sampai 2 menit saja setelah saya pesan
Peneliti	:	Apakah Kakak merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan secara personal sebagai pelanggan?
Informan	:	Iya, sepertinya ramah-ramah aja sih, gapernah kyk keliatan gaena gitu karyawannya. Yah saya rasa saya dihargai sebagai konsumen

Peneliti	:	Apakah ada pengalaman spesifik yang membuat Kakak merasa sangat dihargai oleh pihak Bento Kopi?
Informan	:	saya pernah diberikan semacam <i>loyalty card (voucher)</i> sebagai bentuk apresiasi. Ya walaupun akhirnya jarang saya gunakan juga, tapi <i>loyalty card</i> itu nunjukin bukti kalo Bento itu menghargai kedatangan saya
Peneliti	:	Apa alasan utama yang membuat Kakak ingin kembali lagi ke Bento Kopi UMM lagi?
Informan	:	Selain karena tadi nyari yang jauh dari kampus itu, alas an lain karena ada teman saya yang sering kesini. Bagi saya, ngopi itu bukan soal tempatnya aja yang bagus, tapi sama siapa kita menikmati. Ya karna ada teman yang saya kenal disini jadi saya balik lagi kesini walaupun jauh.
Peneliti	:	Terakhir, menurut pendapat Kakak, apa saja hal yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari layanan Bento Kopi?
Informan	:	Ada dua kak, yang pertama, fasilitas stop kontak di area tengah perlu ditambah biar mahasiswa yang mau belajar tidak menumpuk di pinggir aja. Yang kedua, soal parkir. Sebenarnya tukang parkir jadi hambatan bgt si buat mahasiswa. Kalau bisa, sistem parkirnya dibuat tanpa bayar, parkir itu sangat mengganggu sih apalagi di Malang ini
Peneliti	:	Oke baik kak Kamal terimakasih atas jawabannya yang sangat membantu saya
Informan	:	Sama-sama kak Yuyun, semoga lancar

Informan 2

Mirna Suci Wulansari Mahasiswa UMM Malang	
Mirna Suci Wulansari Mahasiswa UMM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Permissi kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, boleh minta waktunya untuk wawancara sebentar buat penelitian kualitatif skripsi saya? Sebelumnya, bolehkah Kakak memperkenalkan profil singkatnya kak?
Informan	: Boleh, silakan. Nama saya Mirna Suci Wulansari, biasa dipanggil Mirna. Saya mahasiswa dari UMM semester 13, umur 25 tahun
Peneliti	: Oke Kak Mirna, terima kasih. Langsung saja ke pertanyaan yang pertama Kak Mirna ini berkunjung ke Bento Kopi UMM itu mulai kapan ya?
Informan	: Kurang tau tepatnya kapan, cuman di pertengahan pas kuliah sekitar mungkin semester 6 semester 7, sekitar semester itulah Kak
Peneliti	: Nah setelah itu seberapa sering sih kak Mirna ini melakukan kunjungan ke Bento Kopi UMM ini?
Informan	: Sering soalnya kadang pas saya <i>gamood</i> di nugas kos saya kesini, mungkin bisa dibilang ya seminggu 2-3x, <i>semood</i> saya sih kak
Peneliti	: Terus tujuan kakaknya ke bento ini apa ya? misalnya belajar atau pas rapat atau apa gitu?
Informan	: Kadang cuma main sama teman, terus kalau nggak gitu ya pingin sendirian bawa laptop gitu aja sih kak. Kalau nggak gitu ya datang kesini pas sore soalnya tempatnya ini deket sawah ya, bisa keliatan sunset, jadi mungkin bisa dibilang “ <i>nyore</i> ” kalau kata gen z sekarang

Peneliti	:	Wah menarik sih kak, bisa ngopi sambil liat <i>sunset</i> gitu. Nah selanjutnya, apa sih pendapat kak Mirna tentang kondisi fisik Bento Kopi mungkin dari kebersihan, desain, ataupun fasilitas?
Informan	:	Kalau kebersihan, menurut saya sudah bersih, tapi mungkiin karena akhir-akhir ini anginnya kenceng dan lokasinya kan deket sawah terus juga full <i>semi outdoor</i> gitu jadi ada beberapa sampah kecil-kecil kayak bil nota yang jatuh atau plastik sedotan itu yang kena angin, tapi pasti sama karyawan nya langsung dibersihin juga si kak. Terus untuk kamar mandi juga bersih. WiFi nya aku rasa itu lancar Kak ya, bisa kok cuma buat main <i>game</i> bisa lancar meskipun memang di sini banyak orang gitu. Tempat duduknya nyaman meskipun kursinya banyak yang kayu-kayu ya jadi kalau agak lama pastinya capek gitu kan kerasa banget, tapi masih tetap nyaman aja enjoy enjoy aja.
Peneliti	:	Terus untuk layanannya, kira-kira yang diterima itu sesuai harapan nggak layanan dari karyawan?
Informan	:	Iya, aku <i>first time</i> kesini juga orang-orangnya yang kerja disini ramah, terus dijelasin, kadang kalau misalkan aku tanya ini menunya kurang seperti apa, itu dijelasin. Terus ya gitu lah dengan aku yang memang belum tahu itu menunya seperti apa, terus entah menu makanan atau minuman
Peneliti	:	Oh ya terus untuk pengalaman Kak Mirna terkait ketepatan pesanan atau konsistensi layanannya gitu gimana ya kak?
Informan	:	Kalau dari aku sendiri kan memang enggak yang selalu kesini ya mungkin sekali dua kali, itu aku rasa pelayanannya enggak yang apa ya, kalau hari ini jawabnya apa, terus besok jawabnya beda gitu, intinya ga melenceng tapi lebih ke konsisten aja gitu ya, pelayanannya cepat atau lama kalau pelayanannya tergolong cepat sih Kak, karena memang untuk minuman juga kan <i>self-service</i> gitu loh jadi setelah pesan kan harus nunggu di sebelah kiri untuk setelah itu ngambil minumannya tapi untuk makanannya memang diantar sih gitu.
Peneliti	:	Bagaimana respon karyawan saat anda itu membutuhkan bantuan atau memiliki permintaan?
Informan	:	Respon karyawan tergantung aku sendiri sih kak kayak misalkan permintaanku enggak banyak enggak se aneh-aneh itu juga itu pasti cepat contoh aja gini kak misal aku nanya ada stop dijawabnya kalau emang nggak ada ya pasti si karyawan nya juga konfirmasi gitu. Tapi kalau pun memang ada ya itu langsung cepat anggap gitu lah intinya
Peneliti	:	Jadi intinya cepat tanggap ya kak, terus apakah Anda itu merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan sebagai pelanggan?Apakah Kakak merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan secara personal sebagai pelanggan?
Informan	:	Menurut saya iya karena saya pribadi kan tadi juga udah bilang nggak yang selalu sering kesini, Nah sekali dua kali itu aku rasa ya aman-aman aja mereka juga tetap ramah meskipun

		kelihatannya memang capek gitu yaTapi tetap aja profesionalitasnya mereka tuh tetap terjaga gitu
Peneliti	:	Nah, terus apakah ada pengalaman disini yang membuat Kak Mirna merasa dihargai di sini apa?
Informan	:	Saya ngerasa dihargai itu pas baru masuk disambut karyawannya, istilahnya <i>greeting</i> , pas pulang juga ada salam <i>greetingnya</i> juga, jadi kyk ngerasa dihargai gitu. Terus pas aku tanya apa dijawabnya bener-bener detail gitu.
Peneliti	:	Apa alasan utama yang membuat Kakak ingin kembali lagi ke Bento Kopi UMM lagi?
Informan	:	bisa dibilang mungkin karena emang dari makanan atau minumannya yang tergolong bisa lah ya terjangkau oleh kita-kita yang masih sekos gitu gitu kan, terus kesini ya ada beberapa aspek sih kayak misalkan lokasinya yang luas, nyaman terus kalau misalkan sore nyore buat nyore gitu kan enak terus apa ya sama layanannya juga sih.
Peneliti	:	Oke pertanyaan terakhir, menurut pendapat Kakak, apa saja hal yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari layanan Bento Kopi?
Informan	:	Sejauh ini belum ada si kak, malahan saya ngerasa karyawannya patut diacungi jempol karena meskipun rame kelihatan capek tapi mereka tetap ramah dan menjaga profesionalitasnya
Peneliti	:	Oke baik kak Mirna, terimakasih atas jawabannya yang sangat detail dan membantu saya
Informan	:	Oke.sama-sama kak

Informan 3

Eva Khofifah Mahasiswa UMM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Selamat malam kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular mahasiswa UIN Malang, boleh minta tolong kaka untuk jadi informan skripsi saya tentang layanna di Bento Kopi UMM ini apakah boleh? Dan sebelum itu bolehkah Kakak memperkenalkan profil singkatnya kak?
Informan	: Boleh, perkenalkan nama saya Eva Khofifah, usia saya sekarang 23 tahun, saya dari mahasiswa UMM semester 6
Peneliti	: Kak Eva sejak kapan berkunjung di Bento Kopi UMM ini?
Informan	: Saya pertama kali Bento Kopi itu awal pas saya masih MABA, sekitar taun 2025 kalo ga salah pas ada rapat gitu
Peneliti	: Wah, awal banget ya kak, terus seberapa sering anda datang ke Bento Kopi UMM dalam satu minggu ini perminggu atau perbulan?
Informan	: Datangnya ke Bento Kopi itu berapa ya kak, pokok seminggu itu saya pasti kesini, kalo diitung sebulannya bisa 4-5 kali sih
Peneliti	: Lumayan sering ya kak, terus apasih tujuan Kak Eva itu ke Bento Kopi?, misalnya belajar atau rapat
Informan	: Yang sering sih ada rapat, soalnya nyari tempat yang luas kan, dan disini itu pasti ada tempat duduknya, kadang lagi gabut juga ke sini, ya kadang nugas gitu tapi lebih seringnya rapat si kak
Peneliti	: Kak Eva mahasiswa aktif banget ya sering rapat gitu, terus bagaimana pendapat Kak Eva tentang kondisi fisik Bento Kopi UMM mulai dari kebersihan, mungkin desain atau fasilitasnya?
Informan	: Dari kebersihan itu bersih si, musholanya bersih, kamar mandinya juga, terus dari segi pelayanan itu juga baik, ramah. Fasilitasnya ada semua sih, kyk stop kontak aman

		lah ya Kak, terus ada mainnanya juga biasanya abis rapat gitu main game sama temen-temen
Peneliti	:	Terus sejauh mana fasilitas seperti Wifi, terus kayak tempat duduk mendukung aktivitas Kak Eva di sini?
Informan	:	Sangat mendukung, apalagi buat rapat yaa soalnya tempatnya luas dan ga kehabisan tempat duduk, gitu. Untuk Wifi-nya lancar. Terus tempat duduknya ada <i>bean bag</i> juga, gitu. Jadi enak lah ya, Kak, kalau di lesahan gitu, Kak. Terus ada area indoor di AC juga, jadi lebih enak disini.
Peneliti	:	Lengkap ya kak, nah apakah layanan yang diterima sesuai dengan harapan Kak Eva?
Informan	:	Untuk layanan disini ramah, puas lah sesuai dengan apa yang saya harapkan, gapernah ada yang mengecewakan sih selama disini
Peneliti	:	Terus bagaimana pengalaman Kak Eva terkait ketepatan pesanan atau konsistensi layanan?
Informan	:	Untuk pelayanannya itu cepat ya menurut saya, minuman diambil sendiri nunggu dua sampe 3 menit, kalo makanan ya ga sampe setengah jam sih termasuk cepat
Peneliti	:	bagaimana respon karyawan saat Kak Eva itu membutuhkan bantuan atau memiliki permintaan tertentu?
Informan	:	Responnya itu cepat tanggap gitu, Kak. Ramah sih, pokoknya dibantu kalo ada apa-apa
Peneliti	:	Apakah ada pengalaman spesifik yang membuat Kakak merasa sangat dihargai oleh pihak Bento Kopi?
Informan	:	Merasa dihargai? ada kak, pas saya baru masuk gitu sering di sambut sama karyawannya, jadi ngerasa dihargai banget
Peneliti	:	Apa alasan utama yang membuat Kakak ingin kembali lagi ke Bento Kopi UMM lagi?
Informan	:	karena tadi sih kak kalo buat rapat tempatnya luas, terus kalo buat pribadi Bento Kopi UMM itu yang saya cari tempatnya yang bersih, WiFi lancar, sama suasananya mendukung buat fokus, jadi meskipun lama tetap nyaman, pernah juga ada <i>live music</i> -nya itu kedengarannya asik aja sih
Peneliti	:	Terakhir, menurut pendapat Kakak, apa saja hal yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dari layanan Bento Kopi?
Informan	:	mungkin yang harus diperbaiki itu dari segi kursi ya Kak, ada yang dikasi sofa gitu biar lebih nyaman gitu kak, terus kalo dari segi pelayanan, udah oke si kak sepertinya
Peneliti	:	Oke baik Kak Eva terimakasih atas jawabannya
Informan	:	Sama-sama kak, semangat

Informan 4

Ardhito Alifiansyah Mahasiswa UMM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Permissi kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, boleh minta waktunya untuk wawancara sebentar buat penelitian kualitatif skripsi saya? Sebelumnya, bolehkah Kakak memperkenalkan profil singkatnya kak?
Informan	: Boleh, silakan. Nama saya Ardhito Alifiansyah, nama panggilannya Dito, Saya mahasiswa dari UMM semester 9, umur 24 tahun
Peneliti	: Oke Kak Dhito , terima kasih. Kak Dhito ini pertama kali Bento Kopi UMM itu mulai kapan ya?
Informan	: Seingetku mulai tahun 2023. Waktu itu lagi kerkom praktikum, terus ada temen yang rekomendasikan di situ
Peneliti	: Nah Kalau dalam sebulan, kira-kira seberapa sering Kakak datang ke sini?
Informan	: Perbulan kalau dihitung kurang lebih (kurleb) ada 10 kali lah
Peneliti	: Wah, cukup sering ya kak, udah langganna banget pasti. Biasanya tujuan utama Kakak datang ke Bento Kopi itu untuk apa?
Informan	: Macam-macam sih, biasanya buat ngegame, nugas, pokoknya di sana sampai mau tutup.
Peneliti	: Selanjutnya, Bagaimana pendapat Kakak tentang kondisi fisik Bento Kopi, mulai dari kebersihan sampai fasilitasnya?
Informan	: Menurutku tempatnya cukup nyaman dan bersih juga. Desainnya okelah. Fasilitasnya aku rasa cukup lengkap, jadi buat aku pribadi nyaman-nyaman saja mau buat nongkrong santai atau kerja serius

Peneliti	:	Terus sejauh mana fasilitas pendukung seperti WiFi dan tempat duduk di sini membantu aktivitas Kak Dhito?
Informan	:	Kalau soal WiFi, jujur ini oke banget. Walau kondisinya lagi rame, koneksinya tetap stabil dan nggak lemot sama sekali. Terus di area lesehan itu kan ada <i>bean bag</i> , itu sudah PW banget, pokoknya top
Peneliti	:	Oh ya terus apakah pelayanan yang Kak Dhito terima selama ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?
Informan	:	Iya, cukup sesuai sih sama harapan saya. Pelayanannya ramah. Terus kalau pesan menu gitu nggak perlu nunggu lama, lumayan cepat penyajiannya. Jadi <i>overall</i> aku ngerasa nyaman saja waktu di sana.
Peneliti	:	Pernah ada masalah nggak terkait ketepatan pesanan atau rasa menunya yang berubah-ubah?
Informan	:	Sejauh ini sih oke-oke saja, pesanan yang datang selalu sesuai sama yang saya pesan. Rasanya juga cukup konsisten setiap aku beli. Jadi sampai sekarang belum pernah ada masalah soal itu.
Peneliti	:	Aman ya kak, terus gimana respon karyawannya kalau kaka lagi butuh bantuan atau minta sesuatu?
Informan	:	Menurut saya respon mereka bagus, permintaanku diterima dengan senyum dan ramah. Misalnya waktu itu aku minta tolong buat ngelap meja atau pas mau tukar stop kontak yang ternyata tidak berfungsi, mereka langsung bantu
Peneliti	:	Berarti pelayanannya tergolong cepat ya menurut Kak Dhito?
Informan	:	Iya, menurut saya pelayanannya cukup cepat, jadi nggak perlu nunggu terlalu lama. Waktu itu aku pesan minuman dan langsung diproses, jadi nunggunya juga nyaman saja.
Peneliti	:	Ohya, Kak Dito merasa diperhatikan nggak sebagai pelanggan di sini?
Informan	:	Iya, pelayanannya ramah kok. Karyawannya juga cukup responsif sama kebutuhan saya, itu yang bikin saya merasa nyaman dan dihargai si waktu disini
Peneliti	:	Terus ada nggak kak pengalaman spesifik yang bikin Kak Dhito merasa dihargai?
Informan	:	Ada sih. Waktu itu saya tanya karyawannya cukup ramah dan gaya ngobrolnya itu enak, jadi aku ngerasa dihargai sebagai pelanggan. Malah kadang aku juga bisa bercanda-bercanda sama karyawan di sana. Pokoknya layanannya oke nyaman
Peneliti	:	Secara keseluruhan, bagaimana Kak Dhito menilai pengalaman selama di Bento Kopi ini?
Informan	:	Secara keseluruhan sih pengalaman saya di Bento Kopi cukup positif. Tempatnya nyaman, pelayanannya juga oke, jadi memang enak buat nongkrong atau sekadar santai
Peneliti	:	Kan Kak Dito ini langganan banget ya kesini, nah apasih alasan paling kuat yang bikin pengen balik lagi ke sini?

Informan	:	Alasan paling utama si WiFi-nya sih yang paling top. Kalau buat download file dengan ukuran GB besar itu cepat banget, nggak lama. Pokoknya WiFi di sini top markotop
Peneliti	:	Terakhir, menurut Kak Dito apa yang perlu diperbaiki dari layanan Bento Kopi?
Informan	:	Mungkin soal meja sama kursinya sih. Ada beberapa yang kayak nggak lengkap atau kurang gitu, jadi itu saja sih yang perlu diperhatikan lagi
Peneliti	:	Oke baik Kak Dhito, terimakasih banyakk, maaf yak ka mengganggu waktunya
Informan	:	Aman kak, sama-sama

Informan 5

Danis Vivi Mahasiswa UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Selamat malam kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, boleh minta waktunya untuk jadi informan penelitian kualitatif skripsi saya?
Informan	: Malam,oh boleh kak silahkan
Peneliti	: Terimakasih kak, sebelumnya , bolehkah kakak memperkenalkan profil singkatnya kak?
Informan	: Nama saya Danis Vivi. Saya mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sudah menginjak semester 6, umur 21 tahun
Peneliti	: Kak Danis ke Bento sini dari kapan ya kak kira-kira?
Informan	: Sejak dari semester 2 saya kenal Bento Kopi ini. Pas waktu di asrama saya sering ngopi di sini soalnya fasilitasnya banyak terus deket juga sama kampus.
Peneliti	: Nah seberapa sering Kak Danis ke Bento Kopi ini dalam seminggu?
Informan	: Gatentu si kak, aku biasanya ke Bento Kopi karena butuh buat nugas, tapi akhir-akhir ini karena banyak tugas saya bisa sampai 3-4 kali aku ke sini soalnya tempatnya nyaman dan pelayanannya juga cepat
Peneliti	: Langganan banget ya kak jadinya, nah Kak Danis ke sini biasanya tujuan utamanya apa si kak?
Informan	: Kebanyakan sih rapat sama nugas ya di sini kan wifinya juga lancar jadi enak aja buat nugas.
Peneliti	: Selanjutnya, bagaimana pendapat Kak danis tentang kondisi fisik Bento Kopi ini? mungkin dari kebersihan desain terus fasilitasnya gitu?
Informan	: Disini lingkungannya bersih ya, terus luas juga, kayak fresh gitu loh. Terus deket sawah juga disini, ada pemandangan sawah yang bikin fresh.

		Terus, apa, kayak fasilitasnya itu bagus. sekarang itu ada <i>photo booth</i> yang bisa digunakan buat kita foto-foto. Jadi lebih menarik kan disini. Terus disini juga ada sofa, jadi bisa kita milih mau duduk dimana aja termasuk yang di sofa itu ya tapi cepet-cepetan dapatnya kalau di sofa terus ada ruang AC juga kalau kepanasan sih
Peneliti	:	Terus sejauh mana fasilitas seperti wifi tempat duduk itu mendukung aktivitas Kak Danis?
Informan	:	sangat mendukung ya dari wifinya lancar banget sih di sini makanya jadi salah satu pilihan buat nugas. Untuk tempat duduknya disini itu banyak, ada yang sofa ada yang kursi biasa, tapi aku biasanya keseringan di sofa biar empuk sih
Peneliti	:	Oh ya terus apakah pelayanan yang Kak Danis terima selama ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?
Informan	:	Iya sangat sesuai cepet banget kalau pelayanannya semisal aku mau pesan makan tuh makanannya itu cepet banget datangnya terus kalau minuman langsung langsung dibuatin jadi kita tidak perlu nunggu lama-lama
Peneliti	:	Pernah ada masalah nggak terkait ketepatan pesanan atau rasa menunya yang berubah-ubah?
Informan	:	pesanannya so far ssesuai semua kak, dari awal aku ngopi di sini sampe searang enggak pernah ada kesalahan ya dari pemesanan ku kayak emang udah teliti gitu orangnya, karyawannya.
Peneliti	:	Oke pertanyaan selanjutnya bagaimana respon karyawan saat Kaka Danis membutuhkan bantuan atau memiliki permintaan tertentu?
Informan	:	Langsung, biasanya langsung datang kakak-kakaknya yang karyawan disini misalnya aku butuh bantuan benerin kursi minta kursi tambahan kursi itu langsung diiapin sama karyawannya
Peneliti	:	selanjutnya apakah pelayanan yang diberikan tergolong cepat?
Informan	:	Tergolong cepat ya kayak langsung satset gitu kalau disini kayak saya minta apa langsung ada karyawan yang buat bantu
Peneliti	:	Ohya, Kak Danis merasa diperhatikan nggak sebagai pelanggan di sini?
Informan	:	Iya, pelayanannya ramah kok. Karyawannya juga cukup responsif sama kebutuhan saya, itu yang bikin saya merasa nyaman dan dihargai si waktu disini
Peneliti	:	Terus ada nggak kak pengalaman yang bikin Kak Danis merasa dihargai?
Informan	:	Sangat diperhatikan dan orang-orangnya yang disini karyawannya ramah-ramah ya selalu senyum terus bisa memenuhi kebutuhan dari saya mau minta apa bisa disini
Peneliti	:	Apakah ada pengalaman yang membuat kaka itu merasa dihargai disini?

Informan	:	Iya ada tadi kayak semisal saya butuh cepat tempat duduk itu langsung kayak dicariin terus stop kontak itu langsung ada gitu langsung diambilin juga.
Peneliti	:	Apasih alasan paling kuat yang bikin pengen balik lagi ke sini?
Informan	:	Makanannya enak, tempatnya <i>fresh</i> terus kayak disini juga wifi-nya cepet makanya saya sering kesini
Peneliti	:	Terakhir, menurut Kak Danis apa yang perlu diperbaiki dari layanan Bento Kopi UIN ini?
Informan	:	Kalo bisa ditambahi lagi stop kontaknya, yang di area <i>outdoor</i> itu gaada stop kontaknya, terus kabel olornya juga tadi saya pinam habis katanya, jadi mohon diperbanyak
Peneliti	:	Baik Kak Danis, terimakasih banyak, sangat membantu sayaa
Informan	:	Sama-sama kak Yuyun, semangatt

Informan 6

Silfina Karomatul Mahasiswa UM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Selamat siang kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, boleh minta waktunya untuk wawancara sebentar buat penelitian kualitatif skripsi saya?
Informan	: Iya boleh kak
Peneliti	: Terimakasih kak, sebelumnya , Boleh saya minta data profil informannya, mulai dari nama lengkap, usia, asal kampus, dan semester berapa?
Informan	: Ya, Nama saya Silfina Karomatul. Biasanya dipanggil Cici, Saya dari kampus UM semester 4, usia 20 tahun
Peneliti	: Langsung saja ya kak, sejak kapan sih Kak Cici itu mengenal dan mulai berkunjung ke Bento Kopi UIN ini?
Informan	: Kalau saya sejak MABA sih kak, soalnya kebetulan juga kos saya kan dekat sini di dekat Bento sini
Peneliti	: Nah seberapa sering sih Kak Cici itu ke Bento Kopi ini dalam seminggu atau sebulan?
Informan	: aku sering banget ke Bento karena pelayanannya cepet, terus karyawannya juga ramah dan asik, paling dua sampai tiga kali seminggu
Peneliti	: Nah Kak Cici ke sini biasanya tujuan utamanya apa si kak?
Informan	: Yang utama sih nugas ya di sini, tapi biasanya juga ada rapat organisasi juga kesini.
Peneliti	: Selanjutnya, bagaimana pendapat Kak Cici tentang kondisi fisik Bento Kopi UIN ini?
Informan	: Dari kebersihan yang pasti bersih ya kak, soalnya tiap kita habis saya lihat kalau habis ada <i>customer</i> selesai ngopi itu juga sama karyawannya situ tempatnya juga asyik toiletnya juga bersih ada tempat sholat juga pastinya jadi enak terus

Peneliti	:	Sejauh mana sih fasilitas itu seperti wifi tempat duduk atau stop kontak itu mendukung aktivitas kaka?
Informan	:	sejauh saya ngopi di sini sangat mendukung wifi nya lancar habis itu tempat duduknya juga banyak banget ya kayak mulai dari tempat duduk biasa sama sofa, jadi banyak banget ada yang <i>indoor</i> atau <i>outdoor</i> ada yang AC juga
Peneliti	:	Oh ya terus apakah layanan yang diterima Kak Cici sesuai dengan harapan?
Informan	:	Selalu sesuai sih kak, saya pesen enggak pernah ada ada kesalahan sih
Peneliti	:	Bagaimana respon karyawan saat kak Cici membutuhkan bantuan atau memiliki permintaan tertentu?
Informan	:	Karyawannya ramah disini kalau kita membutuhkan sesuatu misal kurang bangku atau yang lain pasti langsung dibantu
Peneliti	:	Oke pertanyaan selanjutnya apakah kak Cici merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan sebagai karyawan?
Informan	:	Ya, sangat diperhatikan sebagai karyawan. Maksudnya kalau kita butuh apa-apa kita minta tolong butuh bantuan pasti langsung disikapi langsung dibantu
Peneliti	:	Apakah ada pengalaman yang membuat Kak Cici itu merasa dihargai selama ngopi di sini?
Informan	:	Tergolong cepat ya kayak langsung satset gitu kalau disini kayak saya minta apa langsung ada karyawan yang buat bantu
Peneliti	:	Ohya, Kak Cici merasa diperhatikan nggak sebagai pelanggan di sini?
Informan	:	Iya, pelayanannya ramah kok. Karyawannya juga cukup responsif sama kebutuhan saya, itu yang bikin saya merasa nyaman dan dihargai si waktu disini
Peneliti	:	Terus ada nggak kak pengalaman yang bikin Kak Cici merasa dihargai?
Informan	:	Ada kak, saya merasa dihargai pernah merayakan ulang tahun teman saya disini itu benar-benar ini enak diajak kompromi buat kerjasama itu langsung satset pokoknya siap membantu <i>customer</i> -nya
Peneliti	:	Jadi ikut merayakan gitu ya kak karyawannya, nah sebenarnya apasih yang buat Kak Cici itu ma uke Bento Kopi UIN ini lagi?
Informan	:	Iya ada tadi kayak semisal saya butuh cepat tempat duduk itu langsung kayak dicariin terus stop kontak itu langsung ada gitu langsung diambil juga.
Peneliti	:	Apasih alasan paling kuat yang bikin pengen balik lagi ke sini?
Informan	:	Yang terutama ini sih kak ya harganya disini lumayan <i>affordable</i> maksudnya buat kita yang kaum mahasiswa disitu tempatnya juga enak disini tuh rame cuman ini aja suasananya aja yang rame orangnya gak yang sampai ngeganggu kita kalau lagi nugas. Habis itu disini juga ada fasilitas kayak <i>photobooth</i> gitu jadi asik juga kalau kita disini mau nongki-nongki sama temen juga

Peneliti	:	Terakhir, menurut Kak Cici apa yang perlu diperbaiki dari layanan Bento Kopi UIN ini?
Informan	:	Yang perlu di ini stop kontak sih Kak ya kalau di <i>outdoor</i> itu masih kurang stop kontaknya jadi mungkin bisa ditambahin
Peneliti	:	Baik Kak Cici, terimakasih banyak ya kak
Informan	:	Sama-sama kak

Informan 7

Anaqotul Fadila Mahasiswa UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Permissi kak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Yuyun Naifular Mahasiswa UIN Malang, boleh minta waktunya untuk menjadi informan penelitian kualitatif skripsi saya?
Informan	: Iya boleh kak
Peneliti	Terimakasih kak, sebelumnya , Boleh saya minta data profil kakaknya?
Informan	: Nama saya Anaqotul Fadila. Nama panggilan Dila, Saya dari kampus UIN semester 8, usia 23 tahun
Peneliti	: Salam kenal Kak Dila, langsung saja ya kak, mulai kapan sih Kak Bela ini ke Bento Kopi UIN ini kak?
Informan	: Saya baru kesini pas semester 5 sih kka, waktu itu ada rapat disini, mungkin sekitar tahun 2024 akhir
Peneliti	: Terus berapa sering sih Kak Dila ini ke sini? Mungkin sebulan berapa kali atau seminggu berapa kali?
Informan	: Belum tentu sih kak, kalau kesini pas pengen aja atau pas kalau ada tugas gitu perkiraan sebulan bisa 4/5 kali gitu
Peneliti	: Jadi tujuan kaka kesini buat nugas sama rapat aja ya kak?
Informan	: Iya kak, lebih seringnya nugas si, apalagi sekarang lagi fokus skripsi juga
Peneliti	: Terus bagaimana sih pendapat kak Dila tentang kondisi fisik Bintu Kopi Bento Kopi UIN ini?
Informan	: Dari segi kebersihnya sih bersih ya, terus enak ada sofanya jadi bisa lama-lama nugas disini, areanya juga ada AC kalo siang-siang panas saya sering ke AC.
Peneliti	: Kalau fasilitas lain mungkin kak yang membantu kakanya disini apa aja kak?

Informan	:	Saya suka banget kalo ad asofanya ini si kak, terus juga kalo capek atau gabut bisa pinjam mainan dikasir, yang paling penting kamar mandinya bersih sama mushola nya luas, itu si kak
Peneliti	:	Apakah layanan yang diterima disini sesuai dengan harapan Kak Dila?
Informan	:	Sejauh ini saya ke Bento Kopi layanannya oke sih maksudnya kakak-kakaknya juga ramah baik-baik gitu terus bisangasih informasinya tuh jelas gitu loh
Peneliti	:	Terus apakah pelayanan yang diberikan tergolong cepat?
Informan	:	Cepat sih Kak, kadang aku pesen makanan itu cuma paling lama itu 15 menit minumannya itu kan langsung diambil jadi enak
Peneliti	:	Oke pertanyaan selanjutnya apakah kak Dila merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan sebagai karyawan?
Informan	:	Iya sih Kak, soalnya kadang aku kayak tanya-tanya gitu kakaknya oke-oke jawabnya, ramah juga jadi bagus lah pelayanannya
Peneliti	:	Apakah ada pengalaman yang membuat Kak Dila ini merasa dihargai
Informan	:	Gak ada sih Kak, ya cuma biasa aja yaudah pelayanan biasa, tapi da ngerasa dihargai si
Peneliti	:	Apasih alasan paling kuat yang bikin pengen balik lagi ke sini?
Informan	:	soalnya murah murah, terus suasana enak buat nugas itu proper aja gitu Kak buat skripsi itu bisa fokus
Peneliti	:	Yang terakhir menurut Kak Dila ini apa sih yang perlu diperbaiki dari layanan Bento Kopi ?
Informan	:	Gaada sih kak, sejauh ini udah bagus semua si
Peneliti	:	Oke jadi pelayannnya udah puas ya kak, terimakasih kak,maaf ya ganggu waktunya
Informan	:	Gapapa kok kak, aman aja

Informan 8

Thoriq A'raf Mahasiswa UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Halo, selamat sore Kak. Mohon maaf mengganggu waktunya sebentar. Saya Yuyun Naifular, mahasiswa UIN Malang yang sedang melakukan penelitian tentang pelayanan di Bento Kopi UIN ini. Boleh minta tolong Kakaknya menjadi informan saya?
Informan	: Oh iya, siap Kak
Peneliti	: Sebelumnya, boleh minta data profil singkat dari Kakaknya? Mungkin mulai dari nama, usia, asal kampus, dan semester berapa?
Informan	: Oke baik, nama saya Thoriq A'raf. Sekarang saya sedang menempuh kuliah semester 3, baru saja keluar dari Ma'had hitungannya. Usia saya sekarang 20 tahun dan saya dari Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Peneliti	: Jadi panggilannya Kak Torik ya. Sejak kapan Kak Torik mulai mengenal dan berkunjung ke Bento Kopi UIN ini?
Informan	: Sepertinya sejak saya semester 1 sudah pernah ke sini, karena Bento ini kafanya dekat sekali dari kampus UIN
Peneliti	: Berarti mulai masa maba ya Kak. Lalu, seberapa sering Kakak ngopi di sini dalam kurun waktu satu bulan?
Informan	: Ga terlalu sering sih, cuma dalam waktu satu bulan saya pasti menyempatkan ke Bento sekitar 3 sampai 4 kali
Peneliti	: Apa tujuan utama Kak Thoriq ke Bento? Apakah untuk mengerjakan tugas, rapat, atau sekadar ngopi?
Informan	: Kalau saya sendiri biasanya kalau pas jaman semester 1 itu kayak nyari-nyari tempat ngopi, karena capek ya di mahad, kita ngopinya di luar. Terus kalau sekarang sih karena berhubungan udah nyaman sama tempatnya jadi ya dipakai buat nugas sama teman-teman.

Peneliti	:	Menurut Kak Thoriq, bagaimana kondisi fisik di Bento Kopi UIN ini? Mungkin dari segi kebersihan, fasilitas, atau desainnya?
Informan	:	Kalau dari kebersihan sendiri saya tidak pernah melihat kayak ada sampah-sampah yang terlalu berserakan ya. begitu ada meja yang kosong dari waiters dari karyawan itu udah langsung gercep buat membersihkan sih terus untuk kayak fasilitas menurutku ya udah nyaman kayak ada musolahnya juga kita nggak perlu repot-repot buat keluar untuk sholat, tempat wudhunya juga ada terus terkait kayak desainnya ya ini kayak lebih ke cozy sih jadi kayak bikin kita ini nyaman dan betah lama di sini terus apakah fasilitas tadi
Peneliti	:	Sejauh mana fasilitas seperti WiFi dan stop kontak mendukung aktivitas Kakak di sini?
Informan	:	Ya kalau saya sendiri sih yang penting kan ada cop-copan ya apa bahasanya ya ada stop kontak, nah terhubung disini kan banyak juga stop kontaknya terus juga kita bisa minta kasir ya ini sangat menunjang buat kita mahasiswa buat nugas di sini, terus wifi-nya juga enak, lancar buat nugas.
Peneliti	:	Terus apakah layanan yang diterima Kak Thoriq ini sesuai dengan harapan Kak Thoriq?
Informan	:	Kalau dari kondisi kafanya sesuai dengan ekspektasi saya sih. Dengan fasilitas yang ada yah sesuai harapan.
Peneliti	:	Terus bagaimana sih pengalaman Kak Thoriq terkait ketepatan pesanan? Mungkin apakah ada yang salah atau terlalu tepat pesanannya?
Informan	:	Sejauh ini saya kalau ke Bento nggak pernah salah menu ya. Jadi ketika kita pesan terus dialihin untuk nunggu sebentar, terus kita ambil sendiri. Ya cepat sih hitungannya.
Peneliti	:	Bagaimana sih respon karyawan saat Kak Thoriq ini membutuhkan bantuan atau memiliki permintaan tersebut?
Informan	:	Ya kalau respon karyawan, kalau saya sendiri biasanya keluhannya kabel ya kak. Soalnya kan kita kalau itu udah terlalu penuh, akhirnya kita ke kasir, ya minta kabel. Nah ya cepat sih biasanya buat menanganin kekurangan kabel kayak gitu.
Peneliti	:	Terus apakah kak Thoriq ini merasa dilayani dengan ramah dan diperhatikan sebagai karyawan?
Informan	:	Ya kalau ramah apa enggak, kalau saya sendiri kadang memang ngerti lah keadaan di lingkungan kerja gitu. Maksudnya ya sempat kayak ngeliat karyawan itu enggak senyum gitu, tapi kan ya wajar lah mungkin ya capek karena rame juga kan di bento. Ya kalau ngeliat dari ekspresinya sih orang-orang yang kerja disini sebenarnya nyaman, cuman tekanan kerjanya mungkin juga tinggi Jadi ya kita kadang ya gak selalu dapet senyuman, Tapi ya sudah diwajari aja
Peneliti	:	Terus apakah ada pengalaman yang membuat Kak Thoriq itu merasa dihargai?

Informan	:	Lebih ke kadang kalau kita habis pesen nih, kayak ditanyain gitu loh misal kayak kira-kira mau ada pesenan apa lagi. Nah itu bagi saya udah merasa dihargai sih kan kayak kita ini ditanyain gitu
Peneliti	:	Jadi apa sih yang membuat Kak Thoriq itu ingin ngopi lagi di Bento UIN sini?
Informan	:	Ya lebih karena <i>cozy</i> sih yang sudah tadi saya sebutkan. Ya merasa nyaman aja gitu loh di sini. Gak begitu rame. Ya rame dalam artian sini tuh gak banyak orang yang ngobrol karena banyak yang nugas juga gitu loh.
Peneliti	:	Pertanyaan terakhir kak, Menurut Kak Thoriq, apa sih yang perlu diperbaiki dari layanan Bento Kopi UIN ini?
Informan	:	Saya sempat me <i>notice</i> di fasilitas sih Kak. Jadi di Bento UIN itu saya sempat pernah di keadaan WC itu ada <i>problem</i> . Saya merasa fasilitas untuk terkait kamar mandi ini perlu sangat diperhatikan ya, demi kenyamanan konsumen. jadi perlu diperhatikan lagi di toiletnya.
Peneliti	:	jadi perlu diperhatikan lagi di toiletnya ya kak, oke Kak Thoriq itu aja pertanyaan dari saya, terimakasih banyakk, mohon maaf mengganggu waktunya ya kak
Informan	:	Aman kak, sama sama

Lampiran 7 Wawancara Informan Pendukung

Wawancara Informan Pendukung

Informan 9

Jety Riski Head Barista dan Kasir Bento Kopi UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Halo kak Jety, terimakasih ya kak sudah mau menjadi informan penelitian skripsi saya, sebelumnya boleh minta tolong dijelaskan nama lengkap, umur, dan posisi kerja disini?
Informan	: Perkenalkan nama saya Jety Riski, umur 22 tahun, saya disini sebagai head barista dan kasir
Peneliti	: Oke Kak Jety, bisa dijelaskan apasih jobdesc barista dan kasir itu kak?
Informan	: Tugas utama saya dalam melayani pelanggan yaitu saya kerja di bagian divisi barista dan kasir, lebih tepatnya saya adalah <i>head barista</i> kasir. Jadi tugas utama saya adalah melayani <i>customer</i> dalam melakukan penjualan dan juga membuatkan pesanan minuman..
Peneliti	: Wah jadi kakanya head nya ya kak. Nah sebagai head ini kan pastinya contoh buat karyawan lain, kira-kira Bagaimana Kak Jety biasanya melayani pelanggan sehari-hari?
Informan	: Saya melayani pelanggan sesuai dengan standar operasional yang ada dan juga demikian. Yaitu dengan sopan santun, senyum, disiplin, dan membuat produk sesuai dengan SOP yang sudah dibuat oleh RNDP.
Peneliti	: Lalu apa yang Kak Jety lakukan ketika pelanggan memiliki permintaan khusus?
Informan	: Kalo pelanggan memiliki permintaan khusus yang saya lakukan ketika biasanya saya akan mengkomunikasikan ketika saya menjadi kasir saya

		akan mengkomunikasikan terlebih dahulu kepada produksi yang bersangkutan semisal ke bagian kitchen, maka saya akan berkomunikasi dengan <i>head kitchen</i> nya terlebih dahulu lalu saya akan mencoba untuk mengusahakan memenuhi secara maksimal permintaan dari <i>customer</i> ketika <i>customer</i> memiliki permintaan khusus, namun jika tidak bisa kami di permintaan khususnya karena kami tetap dibatasi dengan adanya SOP dan juga peraturan perusahaan maka saya akan memberikan opsi-opsi lain kepada <i>customer</i> dan memberikan solusi agar <i>customer</i> tetap dapat merasa puas terhadap pelayanan yang sudah saya berikan.
Peneliti	:	Wah tertata sekali ya kak prosedurnya, terus bagaimana pengalaman Kak Jety dalam menghadapi berbagai karakter pelanggan?
Informan	:	Saya sudah bekerja di divisi kasir barista selama satu tahun lebih. Saya sudah menemui banyak sekali karakter-karakter dari pelanggan, mulai dari mahasiswa, anak kecil, orang tua, family, dan lain-lain. Sehingga pengalaman saya sangat baik dan menjadi tantangan tersendiri menurut saya. Karena harus menemui banyak kepribadian orang-orang.
Peneliti	:	Jadi sudah sangat terbiasa dan berpengalaman ya kak, terus apa tantangan yang sering Kak Jety hadapi saat melayani pelanggan?
Informan	:	biasanya terdapat di <i>family</i> atau orang tua. Karena cenderung lebih banyak permintaan yang harus dituruti ketika <i>customer</i> datang. Terutama <i>family</i> dan juga orang tua. Jadi itu merupakan menjadi tantangan tersendiri dari saya ketika saya menjadi kasir dan juga barista. Kadang karena sedikit saja tidak cocok, maka akan menjadi rating maps seperti itu. Jadi tantangannya adalah menyesuaikan diri saya terhadap <i>family</i> dan juga orang tua. Namun sejauh ini saya masih cukup oke terhadap tantangan itu, jadi saya bisa mengatasinya dengan baik.
Peneliti	:	Emang <i>family</i> itu pasti banyak maunya ya kak, selanjutnya apa yang membuat pelayanan di bento kopi dianggap baik oleh pelanggan?
Informan	:	Menurut saya, jika di bagian pelayanan adalah senyum dan ramah. Karena kami itu menerapkan yang namanya <i>greeting</i> ketika <i>customer</i> datang dan juga <i>customer</i> pergi. Jadi kami ada <i>greeting</i> ketika <i>customer</i> datang dan <i>greeting</i> ketika <i>customer</i> pergi, menurut saya itu adalah pelayanan yang baik oleh pelanggan yang diterapkan oleh bento kopi dari dulu hingga sekarang
Peneliti	:	Bagus banget si emang kak kalo ada <i>greeting</i> , gasemua kafe bisa menerapkan itu. selanjutnya bagaimana Kak Jety menjaga sikap ramah dan responsif saat bekerja?
Informan	:	cara saya menjaga sikap ramah dan responsif saat bekerja, sebenarnya saya adalah pribadi yang cukup <i>badmood</i> an

		orangnya tapi karena saya bisa memisahkan urusan baiknya saya bisa memisahkan urusan pribadi saya dan juga urusan pekerjaan saya jadi ketika saya berada di divisi kasir dan sedang melayani <i>customer</i> di area kasir otomatis saya akan memberikan gestur tubuh saya yang ramah dan juga senyum dan itu saya merasa itu sudah menjadi kebiasaan saya jadi akan selalu seperti itu. Jadi cara menjaga sikap saya yaitu dengan menempatkan posisi di mana saya harus bekerja dan di mana saya harus meladeni diri saya sendiri, seperti itu. Jadi ketika bekerja saya akan mempertahankan sikap responsif dan ramah itu, dan ketika saya dengan teman atau dengan yang lain-lainnya itu akan berbeda lagi. Jadi membedakan. Membedakan di mana kita bersikap harus bertemu orang ketika kita bekerja dan bertemu orang ketika dengan teman-teman atau keluarga.
Peneliti	:	Wah terlihat sangat professional bgt ya kak. Pertanyaan terakhir apa menurut Kak Jety yang perlu ditingkatkan dari pelayanan di Bento Kopi?
Informan	:	Menurut saya sistem yang ada dari bentuk kopi sudah cukup baik untuk pelayanan. Semuanya sudah cukup baik, namun menurut saya sebenarnya yang menjadi kendala adalah di sumber daya manusianya. Karena walaupun sistem yang sudah dibentuk itu baik, tapi jika sumber daya yang melaksanakan dan menjalankannya tidak bisa secara maksimal dan tidak sesuai dengan sistem atau peraturan yang sudah dibuat, maka semuanya akan sama saja pelayanan akan cenderung begitu-begitu saja atau lebih buruk seperti itu, jadi menurut saya ada yang harus ditingkatkan yaitu mencari sumber daya manusia memang memiliki kualitas yang sangat baik dalam bekerja, sehingga bisa memenuhi sistem dan juga peraturan yang sudah dibentuk oleh organisasi yang ada seperti itu dan juga peraturan yang sudah dibentuk oleh organisasi yang ada seperti itu.
Peneliti	:	Baik Kak Jety, terimakasih untuk informasinya yang sangat detail dan membantu penelitian saya. Semangat terus kerjanya ya kak
Informan	:	Sama-sama Kak Yuyun, sukses buat skripsinya

Informan 10

Novryan Ramdhan Kasir/Server Bento Kopi UMM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Halo kak, sebelumnya terimakasih sudah mau menjadi informan penelitian skripsi saya, boleh minta tolong dijelaskan nama lengkap, umur, dan posisi kerja disini?
Informan	: Perkenalkan nama saya Novryan Ramdhan, umur 22 tahun, saya disini sebagai kasir/server kak
Peneliti	: Baik Kak Ramdhan, mungkin bisa dijelaskan apasih <i>jobdesc</i> kasir/server itu kak?
Informan	: Jadi <i>jobdesk</i> saya itu mengantarkan pesanan, terus <i>crosscheck</i> pesanan juga Habis itu <i>clear up</i>, <i>crosscheck</i> kebersihan <i>outlet</i> juga, selain itu saya juga <i>backup</i> dari teman-teman dari divisi lain juga.
Peneliti	: Wah cukup banyak ya kak, nah terus bagaimana Kak Ramdhan melayani pelanggan sehari-hari?
Informan	: Ya, saya melayani pelanggan dengan penuh rasa dan sukarela juga. <i>Customer</i> bagaikan teman saya juga. Jadi ya anggap aja <i>customer</i> itu ya koneksi buat kita gitu. Jadi ya kita harus ya ramah, biar <i>customer</i>-nya juga ramah.
Peneliti	: Jadi anggap karyawan seperti teman kita jug aya kak biar lebih akrab, terus apa yang Kak Ramdhan lakukan ketika pelanggan memiliki permintaan tertentu? seperti butuh kabel olor atau bersihin meja gitu
Informan	: Iya langsung saya lakukan, misal ada kendala apa gitu langsung saya bantu eksekusi, saya bantu bersihin, saya bantu ambilkan
Peneliti	: Jadi langsung cepat tanggap gitu ya kak, terus bagaimana pengalaman Kak Ramdhan itu dalam menghadapi berbagai karakter pelanggan, entah itu yang mungkin baik atau buruk gitu?
Informan	: kalau dari sisi baik dulu ya, saya seberusaha mungkin juga mengasih yang terbaik juga sih biar apa ya sama-sama suasana <i>moodnya</i> enak gitu dari saya dan <i>customer</i>. Nah kalau dari sisi

		buruk nih ya kak, seburuk-buruknya yang dilakukan customer ke kita itu ya enggak papa sampaikan aja, terus kita nangepinnya yang penting ada kata maaf, dan terima kasih
Peneliti	:	Jadi seburuk apapun harus tetap terima dengan kalimat wajib itu ya kak, maaf, dan terimakasih. Selanjutnya, apa tantangan yang sering Kak Ramdhan hadapi saat menghadapi pelanggan?
Informan	:	tantangan ya dari bulan lalu sih pas memang ada kesalahan teknis gitu, Nah jadi ada <i>customer</i> yang memang di menunya itu <i>requestnya</i> itu ayam dada tapi yang datang itu malah paha, nah komplain kan <i>customernya</i> nah terus berhubung saya yang <i>server</i> itu saya kena marah juga. Jadi balik lagi yang dari kata saya tadi yang customer terlihat buruk <i>moodnya</i> . Kita harus berusaha untuk tetap profesional juga. Jadi tantangannya itu menghadapi komplain yang di luar kendali.
Peneliti	:	Wah emang berat banget ya kak menghadapi komplain. Terus menurut Kak Ramdhan, apa sih yang membuat pelayanan di Bento Kopi ini dianggap baik oleh pelanggan?
Informan	:	Pertama, disini itu selalu menerapkan <i>greeting</i> ke customer yang baru datang dan yang mau pergi. Terus kedua, <i>grooming</i> , jadi karyawan disini sebelum shift harus memastikan <i>groomingnya</i> dari pakaian, atribut, rambut, intinya harus oke, bagus. Yang ketiga, cara menyikapi <i>customer</i> dengan profesional, intinya memberikan yang terbaik lah jangan sampe ada komplain, Itu sih menurut saya yang dianggap <i>image</i> Bento UMM ini baik.
Peneliti	:	Bagus sekali ya kak, nah bagaimana Kak Ramdhan menjaga sikap ramah dan responsif saat bekerja?
Informan	:	Kalau udah masuk jam kerja itu harus berusaha untuk yang terbaik juga sih, atur <i>mood</i> itu pasti setiap saat juga pun setiap detik kalau bisa jadi harus atur <i>mood</i> , harus ramah. Apapun masalah kita gaboleh dibawa ke kerjaaaan, soalnya kalo <i>badmood</i> gitu kan gaena ke <i>customernya</i>
Peneliti	:	Jadi harus selalu <i>mood</i> ya kak, yang terakhir apa yang menurut Kak Ramdhan perlu ditingkatkan dari pelayanan Bento Kopi?
Informan	:	Mungkin pas ngasir itu sering-sering <i>upselling product</i> , <i>branding product</i> juga kalo ada promo atau <i>event</i> apapun, biar karyawan datang kesini ga cuma datang terus ngerasain produk aja, tapi juga tau branding-branding Bento juga biar lebih terkenal kyk kafe-kafe lain
Peneliti	:	Jadi harus digencarkan lagi branding nya ke <i>customer</i> ya kak. Baik Kak Ramdhan, terimakasih untuk informasinya yang sangat membantu penelitian saya.
Informan	:	Baik, sama-sama kak

Informan 11

Mario Manajer Store Bento Kopi UIN Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Selamat malam Kak Mario, sebelumnya terima kasih banyak atas kesediaan dan waktunya untuk sesi wawancara ini. Izin saya mulai ke pertanyaan pertama ya Kak, sebenarnya bagaimana sih konsep layanan yang diterapkan di Bento Kopi ini sendiri?
Informan	: Selamat malam kak Yuyun, Jadi begini, kalau bicara soal konsep, di Bento Kopi itu fokus utamanya bukan cuma sekedar menjual produk, tapi bagaimana memberikan pengalaman yang baik bagi setiap <i>customer</i> yang datang kesini. Kita ingin setiap orang yang datang ke sini merasa betah dan mendapatkan kesan positif dari awal masuk sampai keluar lagi
Peneliti	: Oh, berarti orientasinya memang ke arah <i>customer experience</i> ya, Kak. Lalu, kalau dari standar teknisnya, apa saja poin utama pelayanan yang wajib dijalankan di Bento Kopi ini kepada pelanggan?
Informan	: Poin utamanya sih kita harus responsif ya, alias gercep kalau pelanggan butuh apa-apa. Terus satu lagi, Bento Kopi ini memang membranding diri sebagai tempat kopi yang harganya tuh masuk banget di kantong mahasiswa, sesuai dengan <i>password</i> wifinya yaitu “<i>murahseindonesia</i>” jadi murah tapi pelayanannya nggak murahan.
Peneliti	: Wah, menarik sih Kak, dapat pelayanan yang gercep walaupun beli dengan harga yang murah. Nah, kalau biar kualitasnya nggak turun-naik gitu, gimana cara Kak Mario ini ngejaga supaya pelayanannya tetep konsisten tiap harinya?
Informan	: Kuncinya sih ada di SDM kita. Saya pengen anak-anak outlet itu punya <i>personal branding</i> yang kuat. Jadi mereka nggak kaku, bisa asik ke customer. Saya juga terapin sistem <i>cross</i>

		<i>learning</i> , jadi mereka bisa belajar pindah-pindah divisi dengan cepet. Kalau ada yang absen, yang lain bisa langsung <i>back-up</i>
Peneliti	:	Berarti emang dilatih buat serba bisa ya, Kak?
Informan	:	Iya serba bisa tapi tetap yang diutamakan itu <i>jobdesc</i> posisinya masing-masing, misalnya kalo divisi kasir mungkin bisa bantu <i>plating</i> pesanan di <i>kitchen</i> kalo rame, tapi untuk <i>prepare</i> atau buat bahan baku lain sesuai SOP tetap divisi <i>kitchen</i> itu sendiri
Peneliti	:	Oh baik, jadi cuma ngerjain <i>jobdesc</i> lain yang bisa dibantu tanpa mengubah SOP gitu ya kak
Informan	:	Iya benar sekali
Peneliti	:	Selanjutnya, kemarin saya lihat fasilitas di sini lumayan lengkap, itu emang strategi manajemen buat bikin pelanggan makin betah atau gimana, Kak?
Informan	:	ya bener. Kita coba lengkapi apa yang biasanya dibutuhin sama <i>customer</i> . Makanya kita menyediakan mainan, colokan atau kabel olor yang banyak di mana-mana, sampai kita siapin kursi tambahan kalau lagi ramai banget. Apalagi disini ada sofa juga yang jadi inceran <i>customer</i> , yang terbaru ini ada <i>photobooth</i> disini biar <i>customer</i> bisa mengabadikan momen ngopi disini. Pokoknya gimana caranya biar suasana kafe ini tuh enak buat mereka nongkrong lama-lama
Peneliti	:	Wah menarik banget si Kak, kalau soal tim di bawah, gimana biasanya Kakak melatih karyawan biar cara kerjanya sama semua?
Informan	:	Kalau buat <i>training</i> , dasarnya sih simpel aja, mereka harus kerja sesuai <i>jobdesk</i> masing-masing dan nggak boleh langgar aturan perusahaan. Kita tekanin banget soal SOP, Standar Etika Komunikasi, terus juga adanya peraturan tertulis dari perusahaan yang menjadi pedoman juga, biar kerjanya rapi dan nggak amburadul.
Peneliti	:	Wah jadi memang dari perusahaan sudah tersistem semua ya kak dari peraturan, SOP, sampai standar etika komunikasi tadi
Informan	:	Iya, karena Bento Kopi ini sudah menjadi perusahaan besar dan banyak cabang di mana-mana jadi semua aturan sudah tertata rapi dan disamaratakan di seluruh cabangnya.
Peneliti	:	Keren juga ya Kak, Terus selama mereka kerja melayani <i>customer</i> , nilai apa sih Kak yang Kakak tanamkan ke karyawan?
Informan	:	Ada empat hal sih yang selalu saya bawel ke mereka. Semua sudah tercantum di standar etika komunikasi Bento Group yaitu pertama harus disiplin, apalagi soal waktu. Terus harus ramah, nggak cuma ke tamu tapi sama temen sendiri juga harus asik. Ketiga, sopan itu wajib. Dan yang terakhir, harus sabar, soalnya kan karakter orang yang dateng ke sini macem-macem ya, jadi harus bisa nahan emosi
Peneliti	:	Jadi 4 point ya pak, disiplin, ramah, sopan sama sabar. Nah, buat evaluasinya sendiri, gimana cara Kak Mario tahu kalau pelayanan tim sudah oke atau belum?

Informan	:	Tiap bulan kita ada evaluasi bersama, jadi kita bahas mungkin kendala atau komplain dari <i>customer</i> , apabila tidak ada komplek jadi saya rasa sudah baik, dan saya selalu cek rating di google maps, dan alhamdulillah banyak rating yang bagus dari <i>customer</i>
Peneliti	:	terus jujur nih kak, ada nggak sih keluhan yang paling sering muncul dari <i>customer</i> ? Terus biasanya gimana cara Kakak penyelesaiannya?
Informan	:	Kalau sering sih sebenarnya nggak si ya, tapi biasanya itu kalo lagi rame banget pesanan di <i>kitchen</i> banyak, ada beberapa <i>customer</i> sampe menanyakan ke kasir, tapi kita tetap responsif dan memberikan penjelasan kalo masih di proses dengan bahasa yang baik agar <i>customer</i> nya memahami, itu aja si kak
Peneliti	:	Terakhir nih Kak buat penutup, menurut Kak Mario pribadi, apa sih yang bikin Bento Kopi ini lebih oke dibanding kafe-kafe lain di sekitar sini?
Informan	:	Menurut saya kekuatannya ada di paket lengkapnya ya. SDM kita unggul, harga kita sangat terjangkau, tempatnya juga strategis dekat kampus apalagi UIN, kualitas rasa produk tetap kita jaga, dan yang pasti kita punya <i>space</i> atau tempat nongkrong yang luas banget, jadi nggak bakal ngerasa sumpek
Peneliti	:	Setuju banget sih kak, tempatnya memang luas dan asik. Kalau tantangan terbesarnya sendiri ke depan menurut Kakak apa nih?
Informan	:	Tantangannya itu gimana cara kita menuhin ekspektasi orang yang makin tinggi, apalagi sekarang banyak banget kafe baru bermunculan. Tapi ya kuncinya kita tetap konsisten sama kualitas dan tetap pegang teguh visi misi awal kita. Itu yang bikin kita tetap kuat
Peneliti	:	Oke Kak, mantep banget penjelasannya. Makasih banyak ya Kak buat penjelasannya, bener-bener ngebantu buat data skripsi saya.
Informan	:	Sama-sama kak, sukses ya buat skripsinya

Informan 12

Toifur Rohman Aliwafa Manajer Store Bento Kopi UMM Malang	 Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)
Peneliti	: Selamat sore Kak Toifur, sebelumnya terima kasih banyak atas kesediaan dan waktunya untuk menjadi informan penelitian saya tentang kualitas layanan di Bneto Kopi ini. Saya mulai ke pertanyaan pertama ya Kak, Bisa dijelaskan sedikit bagaimana sebenarnya konsep layanan yang ingin dibangun oleh Bento Kopi untuk para pelanggannya?
Informan	: Baik kak Yuyun. Jadi, fokus utama layanan di Bento Kopi itu sebenarnya pada pelayanan yang cepat, ramah, dan pastinya nyaman. Kita buat customer yang datang kesini itu ga hanya sekedar ngopi atau nugas aja tapi juga bisa betah dan nyaman di sini.
Peneliti	: Jadi fokusnya ke kepuasan pelanggan ya kak. Lalu, apakah ada standar khusus yang wajib diterapkan karyawan di sini?
Informan	: Pastinya ada. Karyawan disini wajib menyambut tamu dengan ramah dan sopan, istilahnya adalah <i>greeting</i>. Terus pelayanannya juga harus cepat dan tepat, jangan sampai salah pesanan. Yang penting juga kebersihan area kafe dan peralatan produksi harus benar-benar di kontrol, kalau ada keluhan atau komplain, karyawan juga harus menanganinya secara profesional dan tidak emosional.
Peneliti	: Baik kak, selanjutnya bagaimana cara Kak Toifur selaku manajer ini memastikan agar kualitas pelayanan tersebut tetap konsisten setiap harinya?
Informan	: Ada pengawasan rutin terhadap kinerja tim. Disini ada head juga yang membantu saya mengawasi kinerja karyawan, dari head itu tiap hari ada laporan kinerjanya atau kendala juga. Setiap seminggu sekali saya selalu melakukan breefing bersama semua karyawan untuk mengevaluasi atau sekedar memberikan arahan. Selain itu, juga saya selalu memantau rating di Google

		Maps juga tiap harinya, jadi kalo ada komplain kita langsung tau dan segera melakukan evaluasi.
Peneliti	:	Jadi benar-benar dikuatkan kerjasama tim itu ya kak, nah selanjutnya kalau dari sisi fasilitas, apa saja yang diupayakan Bento Kopi untuk membuat pelanggan merasa betah?
Informan	:	Banyak ya, mulai tempat yang selalu kami jaga kebersihannya, terus fasilitas wajib kayak Wi-Fi kencang, musik, dan tempat duduk yang banyak. Kita juga menyediakan berbagai macam pilihan tempat ada yang di indoor AC, lesehan semi <i>outdoor</i> . kebersihan toilet, musghola juga jadi perhatian khusus kami biar suasananya bikin customer betah dan nyaman
Peneliti	:	Terkait karyawan, apakah mereka diberikan pelatihan khusus sebelum melayani pelanggan?
Informan	:	Iya, pasti ada pelatihannya. Dari awal masuk kita benar-benar training karyawan itu. Mulai dari cara komunikasi yang sopan, cara <i>handling</i> komplain, sampai teknis penyajian produk sesuai standar kita. Pelatihan ini nggak cuma sekali di awal, tapi berkala biar kualitasnya nggak turun dan selama masa training itu saya selalu menanyakan progress dan perkembangannya, kalau sudah dirasa baik dan layak baru lanjut ke kontak.
Peneliti	:	Jadi karyawannya benar-benar dipastikan layak dulu sebelum lanjut kontrak ya kak, nah terus apasih poin yang paling ditekankan kepada karyawan saat mereka bekerja?
Informan	:	Karyawan disini yang pasti harus ramah, sopan, dan cepat. Itu kuncinya. Tapi yang penting juga, mereka harus peka sama kebutuhan pelanggan dan bisa kerja sama sebagai tim. Intinya profesionalitas itu nomor satu bagi saya
Peneliti	:	Terus bagaimana cara manajemen mengevaluasi apakah pelanggan sudah puas atau belum dengan layanan di sini?
Informan	:	Biasanya pantengin ulasan di <i>google maps</i> atau media sosial. Selain itu juga dari penilaian saya sendiri ketika di outlet mengamati bagaimana kinerja karyawan dan melihat respon customer yang datang kesini juga, kalau ada yang tidak sesuai pasti akan saya kasi arahan pada saat itu juga
Peneliti	:	Jadi setiap hari Kak Toifur ke outlet yak ka, kira-kira keluhan apasih yang biasanya paling sering muncul dari <i>customer</i> disini?
Informan	:	Jujur, yang paling sering itu kalau kafe itu tiba-tiba lagi rame banget, waktu penyajian jadi agak lama atau kadang ada bahan baku yang pending. Tapi pasti kita komunikasikan apalagi bagian kasir buat ngasi perhatian customer kalau dibuatin aga lama, atau ada bahan baku seperti nasi pending, jadi customernya tauu dan bisa ngasi pengertian agar tidak komplain juga
Peneliti	:	Jadi kuncinya di komunikasi tadi ya kak untuk mneghindari komplain. Nah pertanyaan terakhir kak, apa yang menjadi kekuatan sekaligus tantangan terbesar bagi Bento Kopi saat ini?

Informan	:	Kekuatan kita itu di suasana yang nyaman dan tim yang ramah, terus juga disini harganya termasuk murah dibandingkan kafe-kafe lain, itu yang bikin orang pengen balik lagi. Tapi tantangannya ya itu, menjaga konsistensi. Apalagi kalau pas <i>peak season</i> atau lagi ramai-ramainya, mempertahankan performa karyawan dan memenuhi ekspektasi pelanggan yang makin tinggi itu tantangan yang nyata banget buat kami, selain itu juga udah banyak kafe-kafe baru juga jadi pastinya kita harus bersaing untuk mempertahankan <i>customer</i>
Peneliti	:	Setuju banget sih kak, emang buanyak sekali kafe sekarang di Malang, menurut saya juga jadi tantangan besar buat usaha <i>coffee shop</i> . Baik Kak Toifur, itu saja pertanyaan dari saya, terimakasih banyak sudah memberikan jawaban yang sangat membantu penelitian saya ya Kak.
Informan	:	Sama-sama Kak Yuyun, semoga cepat selesai skripsinyaa

Lampiran 8 Surat Bebas Plagiasi

6/11/26, 1:50 PM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuraidah, M.S.A
NIP : 197612102009122001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Yuyun Naifular
NIM : 220501110061
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGALAMAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS LAYANAN COFFEE SHOP (Studi Fenomenologi pada Bento Kopi di Kota Malang)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
21%	11%	7%	19%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 Juni 2026

UP2M



Zuraidah, M.S.A

Lampiran 9 Bukti Konsultasi/Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon [\(0341\) 558881](tel:0341558881) Faksimile [\(0341\) 558881](tel:0341558881)

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM	: 220501110061
Nama	: Yuyun Naifular
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Dosen Pembimbing	: Amelindha Vania, M.M
Judul Skripsi	: Pengalaman Mahasiswa terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop (Studi Fenomenologi pada Bento Kopi di Kota Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No.	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	20 Oktober 2025	Pengajuan Judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	20 November 2025	Konsultasi Penelitian Terdahulu	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	26 Januari 2026	Pengajuan Bab 1-3	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	4 Februari 2026	Pengajuan Revisi 1-3	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	20 April 2026	Konfirmasi Revisi Seminar Proposal	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	4 Mei 2026	Pengerjaan Bab 4	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	6 Juni 2026	Konsultasi Progress Pengerjaan Bab 4-5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	8 Juni 2026	Mengumpulkan Revisi Skripsi	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

9	10 Juni 2026	ACC Hasil Skripsi	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	22 Juni 2026	Konfirmasi Item Pertanyaan Informan	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 22 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Amelindha Vania, M.M

Lampiran 10 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama : Yuyun Naifular
 Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 29 Mei 2003
 Alamat Asal : Ngasem, Ngajum, Malang
 Alamat Domisili : Tirto Utomo, Landungsari, Dau, Kabupaten Malang
 Telepon/HP : 081252549980
 Email : yuyunna45@gmail.com

Pendidikan Formal

2022-2025 :Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
 Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang
 2019-2022 : MAN 1 Malang
 2017-2019 : MTsN 1 Malang
 2011-2017 : MI Miftahul Huda

Pendidikan Non Formal

2023-2024 :Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris
 (PKPBI) Universitas Maulana Malik Ibrahim
 2022-2023 :Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
 Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang