

Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Barista Pada Kopi Dari Hati

¹Aulia Febriyanti, ²Sungkono

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2}

*Email Korespondensi: mn21.auliafebriyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id

Diterima: 07-07-2024 | Disetujui: 08-07-2024 | Diterbitkan: 09-07-2024

ABSTRACT

In the competitive café industry, barista service quality plays a critical role in business success, including at "Kopi Dari Hati." This article highlights strategies to improve barista service quality with a focus on training and developing barista skills, as well as implementing consistent service standards. This research aims to provide a better understanding of how barista service quality can be improved to strengthen customer experience and increase loyalty. The research method used a descriptive qualitative approach, with in-depth interviews of café managers and selected baristas and direct observation of barista and customer interactions. Data were analyzed using content analysis techniques, identifying specific themes, patterns and trends from the interviews and observations. The results showed that continuous training and the implementation of high service standards can significantly improve barista service quality. This article provides practical benefits for café managers in designing effective training programs, as well as an important contribution to the academic literature on service quality improvement strategies in the café industry.

Keywords: Service Strategy, Quality Improvement, Service, Training.

ABSTRAK

Dalam industri kafe yang kompetitif, kualitas pelayanan barista memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis, termasuk pada "Kopi Dari Hati." Artikel ini menyoroti strategi peningkatan kualitas pelayanan barista dengan fokus pada pelatihan dan pengembangan keterampilan barista, serta implementasi standar pelayanan yang konsisten. Penelitian ini tujuannya untuk memberi pemahaman lebih baik lagi tentang bagaimana kualitas pelayanan barista dapat ditingkatkan untuk memperkuat pengalaman pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui wawancara mendalam terhadap manajer kafe serta barista yang dipilih serta observasi langsung terhadap interaksi barista dan pelanggan. Data dianalisis dengan teknik analisis isi, mengidentifikasi tema, pola, dan tren tertentu melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelatihan berkelanjutan dan penerapan standar pelayanan yang tinggi dapat secara signifikan meningkatkan kualitas pelayanan barista. Artikel ini memberikan manfaat praktis bagi pengelola kafe dalam merancang program pelatihan yang efektif, serta kontribusi penting dalam literatur akademis mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan di industri kafe.

Kata Kunci : Strategi Pelayanan, Peningkatan Kualitas, Pelayanan, Pelatihan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Aulia Febriyanti, & Sungkono. (2024). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Barista Pada Kopi Dari Hati. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 175-184. <https://doi.org/10.62710/myxg2109>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan produsen biji kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Kolombia dan Vietnam. Kopi Gayo dan Kopi Luwak merupakan salah satu biji kopi Arabika yang terkenal di dunia yang diproduksi di Indonesia. Kopi Gayo ditanam di Dataran Tinggi Gayo di Aceh tengah, selain itu kopi Luwak diproduksi oleh Indonesia. Kopi Luwak banyak dikunjungi oleh pecinta kopi dari seluruh dunia karena hasil panen yang sangat rendah membuat kopi tersebut menjadi mahal dan langka. Biji kopi gayo memiliki cita rasa unik dibandingkan dari biji kopi jawa lain sehingga banyak para pebisnis yang memanfaatkannya di kafe-kafanya. Padahal, bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, kopi bukan sekedar minuman, melainkan sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Kita semua mempunyai cara masing-masing dalam menikmati kopi. Beragamnya cara konsumsi dan khasiat alami kafein membuatnya populer di kalangan banyak orang di seluruh dunia. Minuman ini menjadikan orang mengasosiasikan rasa pahit kopi yang penuh semangat, peningkatan energi, dan penguatan pikiran positif. Mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, banyak orang yang mulai jatuh cinta dengan budaya minum kopi, baik sebagai teman sehari-hari, camilan larut malam, waktu santai bersama teman, hingga perjalanan jauh. Minum kopi di kafe menjadi salah satu cara dalam memperlihatkan status sosial seorang (Tania & Hurdawty, 2022). Saat ini kopi merupakan minuman terpopuler di dunia setelah teh dan air. Penelitian terhadap perilaku konsumsi kopi Gen Y dan Gen Z menunjukkan bahwa aktivitas yang paling banyak dilakukan di kedai kopi adalah ngobrol dengan teman dan kolega hingga 48%, menyelesaikan tugas hingga 25,5%, dan mengumpulkan hingga 16%. Penelitian lebih lanjut tentang preferensi konsumen dalam keputusan pembelian kopi meliputi rasa yang memenuhi standar, kemasan yang aman dan mudah untuk dibawa, branding, dan keterjangkauan (Hurdawaty et al., 2023). Kopi sudah lama identik dengan minuman, dan konon bisa menghilangkan rasa mengantuk. Banyak orang yang meminum kopi saat ingin begadang atau menikmati kopi bersama teman. Banyak orang memilih kedai kopi untuk menikmati sajian kopi itu. Menikmati kopi bukan sekedar bisa dilakukan di kedai kopi, namun juga di kedai kopi sederhana. Seseorang memiliki cara yang berbeda untuk menikmati kopi. Ada orang yang lebih memilih kedai kopi yang menyajikan kopi mewah dengan kualitas kedai itu, ada pula yang menikmati kedai kopi sederhana sekedar demi menikmati kopi, tanpa mengutamakan lokasi atau kualitas pelayanan. Dikutip dari artikel Bisnis.com (2020): “Konsumsi kopi dalam negeri meningkat sampai 8% setiap tahunnya.” Konsumsi kopi Arabika dan Robusta dalam negeri meningkat setiap tahunnya sekitar 8%. Ada kecenderungannya Bisnis kopi semakin berkembang di negeri ini. Ada juga peningkatan preferensi kepada kopi single origin, yaitu kopi murni dari daerah khusus misalnya Gayo Robusta. Baik kopi Robusta maupun Arabika sangat dihargai oleh konsumen. (Novan Yurindera, 2021) makanan dan minuman sering juga disebut dengan pramusaji atau pramusaji yang tugasnya menyajikan makanan dan minuman. Menurut Sugiart (1996), pelayan yakni pegawai restoran maupun layanan kamar yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan makanan serta minuman kepada tamu hotel. Menurut Sumarsono (2015: 10), pelayanan makanan dan minuman mencakup beberapa bidang seperti layanan kamar, layanan jamuan makan, dan bar, dimana bar menyajikan minuman beralkohol seperti bir, anggur, minuman beralkohol, dan cocktail. Ada kemungkinan Anda mabuk di tempat. Menurut Costas Katsigris dan Christ Tomas (2007: 484), bartender merupakan pelaku utama dalam bisnis minuman. Tentu saja tugas utama seorang bartender ialah meracik serta menyajikan minuman kepada para tamu di area bar

mauun menuangkan minuman kepada pelanggan yang duduk di meja bar yang mendapatkan pelayanan dari pramusaji. Istilah barista mengacu pada pembuat kopi yang telah menjalani pelatihan khusus serta mempunyai keahlian tingkat tinggi dalam mencampurkan kopi pada beberapa campuran misalnya latte dan cappuccino. Hasil observasi pula menunjukkan bahwa Keterampilan sebagai barista dan bartender masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Hal tersebut juga terlihat dari terdapatnya kendala dalam hal keluhan tamu terkait tidak konsistennya tahap menyimpan serta menyajikan minuman. Rasakan perubahan rasa sake setiap kali berkunjung (Ida Ayu Putu Mega Pramita & I Putu Gede Parma, 2020).

Dalam dunia bisnis, strategi komunikasi pemasaran berperan penting dalam membentuk persepsi serta pemahaman konsumen. Maka, para pelaku bisnis harus merancang strategi komunikasi pemasaran yang efektif agar produknya mudah diterima oleh masyarakat. Berbagai strategi dapat diterapkan oleh perusahaan, seperti menawarkan produk dengan kemasan yang menarik, harga yang terjangkau, dan lokasi yang mudah dijangkau. Strategi komunikasi pemasaran sangat penting untuk mempromosikan produk anda dengan cara yang menarik konsumen dan mengarah pada pembelian. Ketika perusahaan bersaing dengan penawaran produknya, mereka tidak hanya harus memahami kebutuhan pasar, namun juga terus berupaya untuk memberi penilaian serta kepuasan pelanggan yang lebih besar. Menurut Kennedy & Soemanagara (2006: 4-5). Dalam buku "Taktik dan Strategi Komunikasi Pemasaran", komunikasi pemasaran atau marketing communications diartikan sebagai penyampaian informasi kepada sejumlah besar orang dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, seperti meningkatkan pendapatan pengguna jasa dan meningkatkan produk. Ini mengacu pada aktivitas pemasaran yang menggunakan metode komunikasi untuk tujuan menyebarkan berita (Hamzah et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang penelitiannya memimpin dalam menyelidiki keadaan benda-benda alam. Penelitian kualitatif dicirikan oleh lingkungan alam sebagai sumber data langsung, manusia sebagai sarana utama pengumpulan data, dan analisis data dilakukan secara induktif. (Aditya Wisnu Ardhana & Uus Muhammad Darul Fadli, 2023) Peneliti melakukan penelitian ini pada Coffee Shop "Kopi Dari Hati" yang beralamatkan di Jl. Banten No.8, Karang Indah, Karangpawitan, Kec. Karawang Bar., Karawang, Jawa Barat 41315.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara guna mengeksplorasi strategi peningkatan kualitas pelayanan barista pada Kopi Dari Hati. Wawancara dilakukan dengan pemilik, manajer, dan staf terkait menggunakan pertanyaan terstruktur atau semi-terstruktur. Pertanyaan berfokus pada pentingnya pelayanan barista dalam pengalaman pelanggan, identitas merek, keterampilan barista saat ini, serta saran perbaikan. Peneliti akan mencari kesamaan dan pola dalam tanggapan responden untuk memberikan gambaran komprehensif tentang persepsi pelayanan barista. Data wawancara akan dianalisis

secara kualitatif melalui pengkodean dan pengelompokan tema, memberikan wawasan mendalam untuk merumuskan strategi pelayanan barista yang efektif.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini tujuannya guna memahami serta merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan barista di Kopi Dari Hati. Berdasarkan metode deskriptif kualitatif, wawancara, observasi, dan analisis dokumen dilakukan untuk mendapatkan data yang komprehensif.

Hasil wawancara dengan barista mengungkapkan bahwa tugas utama mereka mencakup menyiapkan dan menyajikan kopi serta minuman lainnya, menjaga kebersihan area kerja, dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Barista di Kopi Dari Hati memiliki tanggung jawab untuk memastikan setiap minuman yang disajikan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Kualitas pelayanan yang baik didefinisikan oleh barista sebagai kemampuan untuk menjadikan pelanggan merasakan kepuasan oleh produk serta pelayanan yang mereka berikan, merasa dihargai, dan ingin kembali lagi. Hal ini didukung oleh observasi yang menunjukkan barista aktif berinteraksi dengan pelanggan, memberikan rekomendasi menu, dan menunjukkan sikap ramah serta profesional.

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan barista di Kopi Dari Hati adalah keterampilan teknis, sikap ramah, dan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan. Barista menekankan pentingnya pelatihan yang berkelanjutan dan lingkungan kerja yang mendukung dalam mempertahankan kualitas pelayanan. Semua barista yang diwawancarai telah mengikuti pelatihan khusus yang diselenggarakan oleh Kopi Dari Hati. Program pelatihan mencakup teori dan praktik tentang cara menyeduh kopi, seni latte, serta pelayanan pelanggan. Barista menganggap pelatihan ini sangat efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Keterampilan penting yang harus dimiliki barista termasuk kemampuan menyeduh kopi dengan baik, seni latte, dan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan. Barista mengembangkan keterampilan ini melalui latihan rutin, pelatihan, serta belajar dari rekan kerja yang lebih berpengalaman.

Interaksi dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan adalah kunci untuk memastikan kepuasan pelanggan. Barista di Kopi Dari Hati berinteraksi dengan pelanggan dengan ramah, menyambut mereka dengan senyuman, dan siap mendengarkan kebutuhan mereka. Strategi komunikasi yang digunakan untuk memastikan kepuasan pelanggan termasuk memberikan rekomendasi, menjelaskan menu, dan memastikan pelanggan merasa nyaman untuk bertanya. Keluhan atau umpan balik negatif ditangani dengan mendengarkan secara seksama, meminta maaf jika diperlukan, dan mencari solusi yang memuaskan pelanggan. Motivasi utama barista untuk memberikan pelayanan terbaik adalah keinginan untuk melihat pelanggan senang dan kembali lagi. Terdapat penghargaan atau insentif bagi barista yang berkinerja baik, seperti bonus dan pengakuan sebagai barista terbaik bulan ini. Hal ini memberikan dorongan tambahan bagi barista untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Lingkungan kerja yang bersih, rapi, dan harmonis sangat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan oleh barista. Tantangan yang sering dihadapi adalah kurangnya peralatan yang diperlukan saat jam sibuk, namun hal ini diatasi dengan kerjasama tim yang baik dan manajemen yang responsif terhadap kebutuhan barista. Beberapa inisiatif baru

telah diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan barista, seperti program loyalitas pelanggan dan penawaran menu spesial bulanan. Saran dari barista untuk peningkatan kualitas pelayanan termasuk terus mengadakan pelatihan berkala dan memperhatikan umpan balik pelanggan secara lebih teratur.

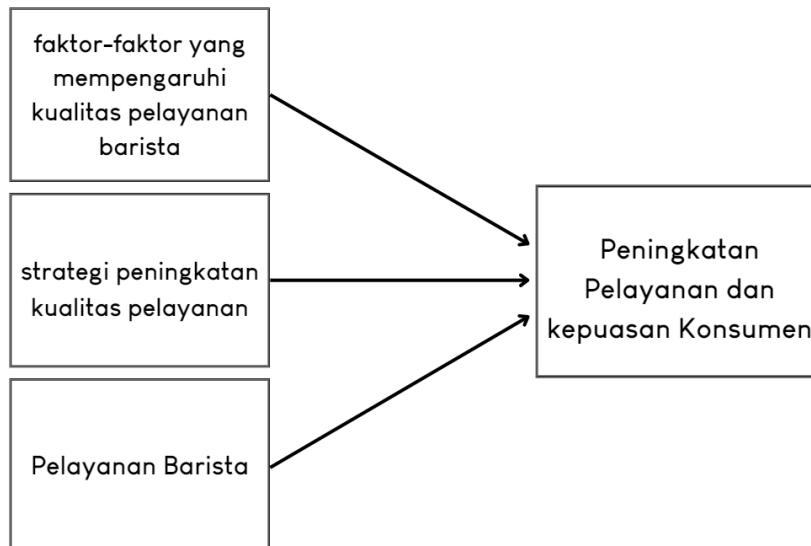
Tabel 1. Protokol Riset

Variabel	Dimensi	Indikator Pertanyaan	Informan	Alat Bantu
Kualitas Pelayanan Barista	Tugas dan Tanggung jawab	Apa saja tugas utama seorang barista di Kopi Dari Hati?	Pemilik, Manajer, Barista	
	Kualitas Layanan	Bagaimana Anda mendefinisikan kualitas pelayanan yang baik di Kopi Dari Hati?	Pemilik, Manajer, Barista, Konsumen	
	Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan	Menurut Anda, apa faktor-faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan barista di sini?	Pemilik, Manajer, Barista	Kamera, Panduan wawancara terstruktur, alat rekam vidio dan suara, kuisisioner atau daftar pertanyaan untuk wawancara
	Pelatihan dan pengembangan	Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan khusus untuk barista di Kopi Dari Hati?	Barista	

Interaksi dan Komunikasi dengan pelanggan	Bagaimana cara barista di Kopi Dari Hati berinteraksi dengan pelanggan? Apa saja strategi komunikasi yang digunakan untuk memastikan kepuasan pelanggan? Bagaimana Anda menangani keluhan atau umpan balik negatif dari pelanggan?	Barista Konsumen
---	--	---------------------

Strategi dan inisiatif peningkatan pelayanan	Apakah ada inisiatif atau strategi baru yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan barista? Apakah Anda memiliki saran atau ide untuk meningkatkan kualitas pelayanan barista di Kopi Dari Hati?	Pemilik, Manajer, Barista
--	---	---------------------------------

Kerangka Penelitian



Sumber (Novan Yurindera, 2021)

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, tugas utama barista meliputi menyiapkan dan menyajikan kopi serta minuman lainnya, menjaga kebersihan area kerja, dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, yang menunjukkan peran barista tidak hanya terbatas pada penyajian minuman tetapi juga mencakup aspek kebersihan dan interaksi pelanggan yang sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik didefinisikan oleh barista sebagai kemampuan untuk membuat pelanggan merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, merasa dihargai, dan ingin kembali lagi, sejalan dengan konsep dasar kepuasan pelanggan yang mencakup pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan barista di Kopi Dari Hati meliputi keterampilan teknis, sikap ramah, dan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan, menegaskan pentingnya pelatihan yang holistik yang tidak hanya fokus pada keterampilan teknis tetapi juga aspek interpersonal. Semua barista yang diwawancarai telah mengikuti pelatihan khusus yang diselenggarakan oleh Kopi Dari Hati, mencakup teori dan praktik tentang cara menyeduh kopi, seni latte, serta pelayanan pelanggan, yang dianggap sangat efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan, karena barista merasa lebih percaya diri dan kompeten setelah mengikuti pelatihan. Interaksi dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan, seperti memberikan rekomendasi, menjelaskan menu, dan menangani keluhan dengan baik, adalah kunci untuk memastikan kepuasan pelanggan, dengan pendekatan ramah dan proaktif membantu menciptakan hubungan positif yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Motivasi barista untuk memberikan pelayanan terbaik didorong oleh penghargaan dan insentif seperti bonus dan pengakuan sebagai barista terbaik bulan ini, memberikan dorongan tambahan bagi barista untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Lingkungan kerja yang bersih, rapi, dan harmonis sangat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan oleh barista, meskipun tantangan seperti kurangnya peralatan yang diperlukan saat jam sibuk dapat menghambat kinerja, kerjasama tim yang baik dan manajemen yang responsif dapat membantu mengatasi masalah ini, sehingga lingkungan kerja yang positif dan mendukung dapat meningkatkan semangat kerja dan kinerja barista. Beberapa inisiatif baru telah diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan barista, seperti program loyalitas pelanggan dan penawaran menu spesial bulanan, tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga memberikan kesempatan bagi barista untuk mengembangkan keterampilan baru dan menyesuaikan diri dengan tren terbaru, dengan saran dari barista untuk terus mengadakan pelatihan berkala dan memperhatikan umpan balik pelanggan secara lebih teratur menunjukkan komitmen untuk perbaikan berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan kualitas pelayanan barista di Kopi Dari Hati dapat dicapai melalui pelatihan berkelanjutan, lingkungan kerja yang mendukung, serta strategi komunikasi yang efektif dengan pelanggan, sehingga dengan mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan insentif serta penghargaan, Kopi Dari Hati dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan barista mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan citra merek, dengan implementasi strategi yang ditemukan dalam penelitian ini akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan citra merek Kopi Dari Hati, di mana pelatihan yang komprehensif, lingkungan kerja yang kondusif, dan komunikasi yang efektif adalah kunci utama dalam mencapai tujuan ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara untuk mengeksplorasi strategi peningkatan kualitas pelayanan barista. Hasilnya menunjukkan bahwa barista di Kopi Dari Hati memiliki peran penting dalam menyajikan kopi dan minuman lainnya, menjaga kebersihan, serta memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan. Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan termasuk keterampilan teknis, sikap interpersonal, dan komunikasi efektif dengan pelanggan. Pelatihan terstruktur dan lingkungan kerja yang mendukung diidentifikasi sebagai kunci untuk meningkatkan kompetensi dan motivasi barista dalam memberikan layanan terbaik. Inisiatif seperti program loyalitas pelanggan dan penawaran menu spesial juga berperan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini secara berkelanjutan, disarankan untuk terus mengadakan pelatihan rutin dan memperhatikan umpan balik pelanggan secara sistematis. Dengan demikian, implementasi strategi ini dapat membantu Kopi Dari Hati tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan dan citra merek, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar dengan pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wisnu Ardhana, & Uus Muhammad Darul Fadli. (2023). Penggunaan Website Sipmen Pada Penilaian Kinerja Pegawai Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 83–91. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i3.1795>
- Dewi, R., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Karawang, U. (2023). *Implimentasi Gaya Kepemimpinan (Riska Dewi dkk) Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*. 2(3), 2986–7002. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8049405>
- Hamzah, R. E., Rialdo,), Manogari, R., Riska,), & Shabrina, P. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI KOPI KAMAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN 1)* (Vol. 1, Issue 1).
- Hedy, R., & Budiarti, S. (2023). *Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis*. 14(2), 405.
- Hurdawaty, R., Juwarno, A., Sahid, P., Kemiri Raya No, J., Cabe Pamulang, P., & Selatan, T. (2023). *UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU MELALUI KUALITAS PELAYANAN BARISTA DI GENTLE BEN KITCHEN AND COFFEE*.
- Ida Ayu Putu Mega Pramita, & I Putu Gede Parma. (2020). *Strategi Peningkatan Kualitas Barista dan Bartender di Hotel Four Points By Sheraton Bali Seminyak*.
- Novan Yurindera. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN BARISTA DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI HIMPUNAN KOPI JAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Prayogo Dwi Setyo Utomo. (2023). *Analisa Pelayanan Barista Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Coffe Shop Starbucks*.

- Rismayadi, B., Mohammad, U., Fadli, D., & Anggela, F. P. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS MALL TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PUSAT PERBELANJAAN MALL DI KARAWANG*. 4(2).
- Suwarti, & Ade Galang Saputra. (2023). *PERAN PENINGKATAN PELAYANAN PRAMUSAJI GUNA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN*.