



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH SERVICESCAPE DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SIKAY COFFEE
(Studi pada Konsumen Gen Z di Kota Depok)**



**JOHAN SULISTYO
NIM: 2205421025**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

JOHAN SULISTYO, Pengaruh *Servicescape* dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Sikay Coffee (Studi Pada Konsumen Gen Z Di Kota Depok), Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Generasi Z di Sikay Coffee. Penelitian ini menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) sebagai landasan teoritis utama dalam menjelaskan hubungan antara ekspektasi konsumen dengan evaluasi kinerja lingkungan fisik dan interaksi layanan yang diberikan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah 489.873 jiwa penduduk Generasi Z di Kota Depok, dengan jumlah sampel sebanyak 282 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive* dan *convenience sampling* serta perhitungan rumus Cochran dengan *finite population correction*. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert empat poin dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee. Komunikasi interpersonal juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenyamanan fasilitas fisik, tata ruang, dan elemen visual yang selaras, serta didukung oleh keterbukaan, empati, dan sikap mendukung dari karyawan, mampu memenuhi harapan konsumen, mendorong niat untuk merekomendasikan, serta meningkatkan minat berkunjung kembali. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen Sikay Coffee dan pelaku bisnis *food and beverage* dalam merancang strategi pengelolaan ruang fisik dan standar operasional pelayanan yang lebih efektif.

Kata Kunci: Gen Z, Kepuasan Pelanggan, Komunikasi Interpersonal, *Servicescape*, *Coffee Shop*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

JOHAN SULISTYO, *The Influence of Servicescape and Interpersonal Communication on Customer Satisfaction at Sikay Coffee (A Study on Gen Z Consumers in Depok City)*, Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2026.

This study aims to analyze the influence of servicescape and interpersonal communication on customer satisfaction at Sikay Coffee, both partially and simultaneously. This study uses Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) as the theoretical foundation, alongside Servicescape and Interpersonal Communication theories, to explain the relationship between the physical environment, employee interaction, and consumer satisfaction. The method used is a quantitative method with a causal associative approach. The study population was Generation Z consumers residing in Depok City who have visited Sikay Coffee, with a sample of 282 respondents determined using purposive and convenience sampling techniques and the adjusted Cochran's formula. The research data were obtained through a questionnaire with a four-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics version 27. The results show that servicescape has a positive and significant effect on customer satisfaction at Sikay Coffee. Interpersonal communication has also been shown to have a positive and significant impact on customer satisfaction. Simultaneously, both independent variables significantly influenced customer satisfaction. These findings indicate that the physical environment's ambient conditions, spatial layout, and signs, as well as the employees' openness, empathy, and supportiveness, can increase consumer satisfaction, encourage positive recommendations, and drive repurchase intentions. This research is expected to provide input for food and beverage business actors and management in designing more effective operational and service strategies.

Keywords: *Servicescape, Interpersonal Communication, Customer Satisfaction, Generation Z, Coffee Shop.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Servicescape dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan Sikay Coffee (Studi pada Konsumen Gen Z di Kota Depok).” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta Periode 2025–2029.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Titik Purwinarti, S.Sos, M.Pd. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan secara sabar dan konsisten kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini
5. Ratri Kurniasari, S.E., M.Ak selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan, koreksi, dan masukan dalam proses penulisan skripsi, baik dari segi tata tulis, sistematika, maupun kerapian penyajian, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
6. Manajer Sikay Coffee selaku manajer beserta seluruh karyawan Sikay Coffee yang telah memberikan izin, memfasilitasi kelancaran penelitian, serta membantu penulis dalam proses pengumpulan data selama riset ini berlangsung.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Penghargaan dan rasa hormat yang paling utama penulis persembahkan kepada kedua orang tua yaitu Bapak Sulasno dan Ibu Sumilah. Keberhasilan menyelesaikan skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa ridha, doa yang tulus, dan pengorbanan yang tak ternilai dari Bapak dan Ibu. Terima kasih telah menjadi madrasah pertama, pemberi semangat utama, dan pilar kekuatan yang tak pernah rapuh. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada saudara-saudara dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan perhatian, bantuan, dan motivasi sepanjang proses perkuliahan ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi awal untuk membahagiakan keluarga tercinta.
8. Terima kasih kepada pasangan, teman dan sahabat penulis atas peran besarnya sebagai salah satu rumah terbaik penulis. Terima kasih telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu kelancaran penyusunan karya tulis ini. Semoga segala kebaikan dan ketulusan kalian semua senantiasa mendatangkan keberkahan.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis kelas ABT 8A yang telah menemani perjalanan akademik penulis, berbagi pengetahuan, pengalaman, serta memberikan dukungan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, literatur, maupun pengalaman yang penulis miliki. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, inspirasi, serta tambahan wawasan bagi para pembaca, khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Administrasi Bisnis, dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bogor, 29 Juli 2026
Penulis,

Johan sulistyio
NIM 2205421025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Expectancy Disconfirmation Theory</i> (EDT).....	13
2.1.2 <i>Servicescape</i>	14
2.1.3 Komunikasi Interpersonal.....	17
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Deskripsi Konseptual.....	26
2.4 Perumusan Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Waktu Penelitian.....	28
3.1.2 Tempat Penelitian	28
3.2 Kerangka Pemikiran	30
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.3.1 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.3 Variabel Operasional Penelitian	36



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.3.4 Teknik Pengolahan Data	41
3.3.5 Uji Instrumen.....	41
3.3.6 Teknik Analisis Data	43
BAB IV PEMBAHASAN	48
4.1 Rekapitulasi Data	48
4.1.1 Gambaran Objek Umum	48
4.1.2 Uji Instrumen.....	49
4.2 Hasil Rekapitulasi Data	56
4.2.1 Karakteristik Responden	56
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian.....	59
4.2.3 Hasil Analisis Data.....	72
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	76
4.3 Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kota atau Kabupaten dengan kedai kopi terbanyak	1
Gambar 1. 2 Preferensi pemilihan kedai kopi anak muda	2
Gambar 1. 3 Umur Penduduk kota Depok 2026	3
Gambar 1. 4 Rating Sikay Coffee	5
Gambar 1. 5 Sikay Coffee	5
Gambar 1. 6 Lantai 2 Sikay Coffee	6
Gambar 1. 7 Review Google Maps Terhadap Tempat Sikay Coffee	7
Gambar 1. 8 Review Google Maps Terhadap Pelayanan yang Buruk	8
Gambar 1. 9 Rating Google Sikay Coffee	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4. 1 Data Reponden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Domisili	58
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung	58
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4. 6 Grafik Histogram Uji Normalitas	73
Gambar 4. 7 Grafik P-Plot Uji Normalitas	73
Gambar 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Gambar 4. 9 Grafik Scatterplot	75
Gambar 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	76
Gambar 4. 11 Hasil Uji Signifikansi Parsial T	78
Gambar 4. 12 Hasil Uji Signifikansi Simultan F	79
Gambar 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel top 5 <i>Coffe Shop</i> Dengan Tema yang Sama	4
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	35
Tabel 3. 3 Variabel Operasional	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Servicescape (X1)	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Realibilitas.....	55
Tabel 4. 5 Data Responden Variabel Servicescape	60
Tabel 4. 6 Data Responden Variabel Komunikasi Interpersonal	64
Tabel 4. 7 Data Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	80

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri *food and beverage* (F&B) di Indonesia saat ini mengalami transformasi yang sangat dinamis seiring dengan pergeseran gaya hidup masyarakat. Salah satu subsektor yang menunjukkan pertumbuhan paling pesat dan konsisten adalah bisnis kedai kopi atau *coffee shop*. Mengunjungi kedai kopi kini telah beralih fungsi; bukan lagi sekadar rutinitas untuk menikmati secangkir minuman, melainkan telah berevolusi menjadi bagian dari gaya hidup modern, tempat bersosialisasi, hingga menjadi ruang produktivitas alternatif bagi para pelajar dan pekerja, sebagaimana tercermin dalam fenomena *work from cafe* (WFC). Pergeseran tren konsumsi dan tingginya minat masyarakat terhadap ruang komunal ini pada akhirnya mendorong pertumbuhan eksponensial jumlah gerai kopi di berbagai wilayah.



Gambar 1. 1 Kota atau Kabupaten dengan kedai kopi terbanyak

Sumber: goodstats.id, 2025

Pada gambar 1.1, merupakan data kedai kopi terbanyak di Indonesia pada tahun 2025, jumlah kedai kopi di Indonesia telah mencapai sekitar 461.991 unit yang tersebar di berbagai kota dan kabupaten. Angka ini menunjukkan bahwa bisnis *coffee shop* tidak lagi terpusat pada kota besar saja, tetapi telah merambah ke



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berbagai daerah. Tingginya jumlah kedai kopi tersebut secara langsung meningkatkan tingkat persaingan dalam industri *food and beverage* (f&b). Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar tetap relevan di tengah banyaknya alternatif pilihan yang tersedia bagi konsumen.



Gambar 1. 2 Preferensi pemilihan kedai kopi anak muda

Sumber: goodstats.id, 2024

Pada gambar 1.2, penelitian mengenai pertimbangan pemilihan kedai kopi di Indonesia yang dilakukan di seluruh Indonesia yang melibatkan 203 responden dari berbagai kelompok usia muda, mulai dari mahasiswa hingga karyawan swasta. Faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih kedai kopi adalah tempat yang nyaman (84%), rasa (75%), harga (73%), dan fasilitas WiFi (45%). Promo dan diskon (37%) juga menjadi daya tarik. Oleh karena itu, fenomena pertumbuhan kedai kopi yang pesat ini menjadi dasar yang kuat bagi penelitian untuk menganalisis bagaimana *servicescape* dan komunikasi interpersonal berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya pada konsumen Generasi Z di Kota Depok.

Kota Depok sebagai salah satu kota satelit dengan populasi mahasiswa terbesar, menjadi arena persaingan yang paling krusial bagi bisnis ini. Depok memiliki karakteristik demografis yang unik dengan dominasi Generasi Z. Menurut Kamil & Laksmi, (2023:32) Kelompok generasi ini dikenal memiliki preferensi yang kompleks, di mana mereka tidak hanya sekadar membeli produk, tetapi juga sangat mengutamakan kenyamanan suasana dan pengalaman pelayanan yang berkesan. Oleh karena itu, para pelaku usaha di wilayah ini dituntut untuk merancang strategi yang adaptif dan inovatif agar mampu memenangkan loyalitas pelanggan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4	83.738	80.415	164.153
5-9	86.026	81.680	167.706
10-14	82.939	80.127	163.066
15-19	89.503	83.820	173.323
20-24	82.168	78.241	160.409
25-29	79.349	76.792	156.141
30-34	82.630	84.288	166.918
35-39	86.895	89.202	176.097
40-44	86.060	85.994	172.054
45-49	85.407	83.066	168.473
50-54	74.404	72.628	147.032
55-59	61.255	60.947	122.202
60-64	45.661	47.472	93.133
65-69	30.670	33.472	64.142
70-74	19.377	22.089	41.466
75+	13.748	17.898	31.646
Kota Depok	1.089.830	1.078.131	2.167.961

Gambar 1. 3 Umur Penduduk kota Depok 2025

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Depok, (2026)

Berdasarkan gambar 1.3, statistik proporsi penduduk usia muda (15-29 tahun) mendominasi struktur populasi kota sekitar 489.873 atau 22,6% atau sekitar satu dari empat penduduk Kota Depok. Kelompok ini adalah konsumen yang sangat kritis, memiliki kepedulian tinggi terhadap estetika, dan sangat bergantung pada kualitas pelayanan saat melakukan kegiatan "nongkrong" atau *work from cafe* (WFC).

Menurut Nitami, (2023:181) generasi Z merupakan kelompok digital native yang memiliki tingkat melek digital sangat tinggi, sehingga mereka terbiasa membagikan setiap pengalaman konsumsinya secara luas melalui media sosial. Tingginya literasi teknologi ini membuat mereka sangat proaktif mencari referensi sekaligus memberikan ulasan publik secara *real-time* mengenai kenyamanan ruang dan kualitas pelayanan yang mereka terima saat melakukan *work from cafe*. Setiap detail dari fasilitas fisik yang disajikan oleh pelaku usaha akan langsung terekspos dan berdampak signifikan pada reputasi digital tempat tersebut. Kemampuan mengakomodasi ekspektasi konsumen yang melek digital ini menjadi faktor penentu yang sangat krusial bagi bisnis kedai kopi dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal.



Tabel 1. 1 Tabel top 5 *Coffee Shop* Dengan Tema Cafe Yang Sama

Tempat Coffee Shop yang serupa				
Nama	Rating	Jumlah ulasan	Jumlah	Rating
Koat Coffee Depok	4,6	520	Bintang 1	21
			Bintang 2	7
			Bintang 3	9
			Bintang 4	45
			Bintang 5	438
Ouwie Coffee And Eatery	4,6	667	Bintang 1	12
			Bintang 2	4
			Bintang 3	26
			Bintang 4	109
			Bintang 5	516
Pojok Canda Cafe And resto	4,5	513	Bintang 1	18
			Bintang 2	8
			Bintang 3	16
			Bintang 4	42
			Bintang 5	429
Köde-in coffee and eatery	4,4	600	Bintang 1	25
			Bintang 2	8
			Bintang 3	32
			Bintang 4	145
			Bintang 5	390
Sikay Coffee	3,9	382	Bintang 1	74
			Bintang 2	17
			Bintang 3	19
			Bintang 4	42
			Bintang 5	230

Sumber: Data diolah, 2026

Pada tabel 1.1, terlihat adanya perbandingan lima kedai kopi yang mengusung tema serupa yaitu *Industrial traditional* namun memiliki perolehan *rating* ulasan pelanggan yang cukup bervariasi. Meskipun menawarkan konsep ruang yang sejenis, para pesaing utama seperti Koat Coffee Depok dan Ouwie Coffee And Eatery berhasil meraih *rating* tertinggi di angka 4,6. Di sisi lain, Sikay Coffee justru mencatatkan performa terendah di antara kelompok kompetitor tersebut dengan perolehan *rating* hanya sebesar 3,9 dari total 382 ulasan. Kesenjangan penilaian pada kedai kopi dengan tema yang sama ini memperkuat indikasi bahwa terdapat kelemahan pada *servicescape* ataupun kualitas komunikasi interpersonal di Sikay Coffee, sehingga berdampak langsung pada rendahnya tingkat kepuasan pelanggan.

Persaingan bisnis *coffee shop* di Kota Depok berlangsung sangat ketat dan terukur secara data. Koat Coffee Depok unggul dengan *rating* 4,6 dari 520 ulasan, di mana 82% pelanggannya memberikan bintang 5. Ouwie Coffee and Eatery juga meraih *rating* 4,6 dari 667 ulasan dengan 71% bintang 5 menjadikannya *coffee shop* dengan basis ulasan terbesar di antara kelima pesaing. Pojok Canda Cafe and Resto memperoleh *rating* 4,5 dari 513 ulasan dengan 79% bintang 5, sedangkan Köde-In Coffee and Eatery mencatatkan *rating* 4,4 dari 600 ulasan dengan 62% bintang 5.

Sikay Coffee mencatatkan peringkat terendah dengan *rating* 3,9 dari 382 ulasan, dan hanya 63% pengunjung yang memberikan bintang 5 paling sedikit dibandingkan semua pesaing. Inilah yang menjadikannya objek yang dapat diteliti karena proporsi ulasan bintang 1 di Sikay Coffee mencapai 19%, jauh lebih

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

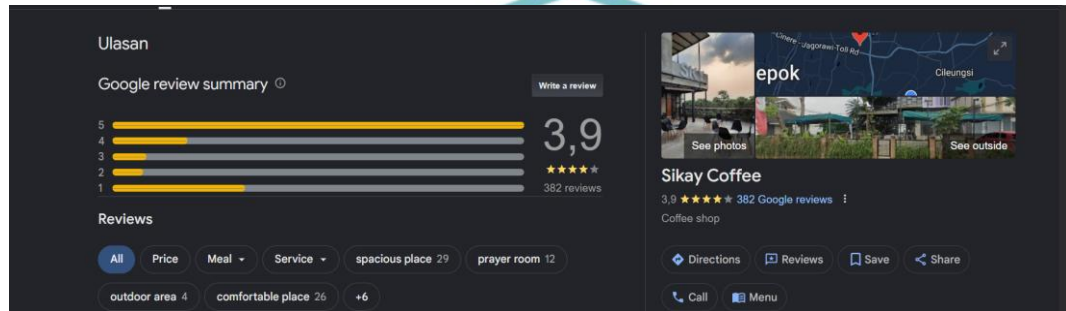


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tinggi dari Koat Coffee Depok 6%, Ouwie Coffee and Eatery 6%, Pojok Canda Cafe and Resto 7%, dan Köde-In Coffee and Eatery 7%. Kondisi ini yang menjadikan Sikay Coffee sebagai objek penelitian yang relevan, mendesak, dan memiliki urgensi akademis untuk dikaji secara mendalam.



Gambar 1. 4 Rating Sikay Coffee

Sumber: Rating Google maps. 2026

Berdasarkan gambar 1.4, Sikay Coffee menjadi objek yang menarik untuk diteliti karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan *coffee shop* lain di Kota Depok. Berdasarkan hasil observasi awal melalui *Google Maps*, Sikay Coffe memperoleh rating 3,9 dari 382 ulasan pelanggan. Meskipun *rating* tersebut tergolong cukup baik, nilainya masih berada di bawah beberapa *coffee shop* kompetitor yang memiliki rating rata-rata 4,5 hingga 4,6. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat peluang perbaikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal.



Gambar 1. 5 Sikay Coffee

Sumber: Data diolah, 2026

Pada gambar 1.5 menunjukkan tampak luar Sikay Coffee yang terletak di Depok, Jawa Barat. Sikay Coffee merupakan salah satu pelaku



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bisnis lokal yang berusaha menjawab kebutuhan pasar gen Z tersebut. Sejak awal berdirinya, Sikay Coffee berupaya membangun identitas sebagai kafe yang nyaman melalui strategi *servicescape* atau penataan lingkungan fisik yang mendukung produktivitas dan estetika visual. Strategi ini bertujuan agar pelanggan merasa betah dan terdorong untuk membagikan pengalaman mereka melalui media sosial.

Servicescape memegang peranan vital karena mencakup seluruh fasilitas fisik, dekorasi, hingga tata letak ruangan yang dirancang untuk mendukung aktivitas konsumen. Menurut Putri, dkk (2023:125) *servicescape* adalah merancang lingkungan sedemikian rupa sehingga meningkatkan reaksi emosional pelanggan. Menciptakan lingkungan fisik dalam pengaturan layanan dan meneliti dampak dari lingkungan fisik dan dianggap penting untuk kepuasan pelanggan. Bagi Gen Z di Depok, *servicescape* yang mendukung kegiatan *Work from Cafe* (WFC) dengan fasilitas seperti stopkontak dan pencahayaan yang tepat adalah faktor krusial. Gambaran nyata mengenai lingkungan fisik pada Sikay Coffee dapat dilihat pada salah satu dokumentasi visual digambar 1.7 ini:



Gambar 1. 6 Lantai 2 Sikay Coffee

Sumber: Data diolah, 2026

Pada gambar 1.6 memperlihatkan kondisi interior lantai 2 Sikay Coffee yang mengusung konsep desain industrial tradisional dengan perpaduan elemen estetik yang kuat dan fungsional. Terlihat penataan kursi makan kayu hitam yang *sleek* di atas lantai beton ekspos yang kokoh, didukung oleh sistem pencahayaan *warm track lighting* yang tersebar di sepanjang atap bergelombang. Aksen cahaya pada panel dinding bermotif artistik dan pintu geser berwarna kuning mustard menjadi titik vokal yang cerah di tengah dominasi dinding beton ekspos, sementara pagar kaca *frameless* dengan rangka baja hitam memberikan kesan luas. Ketersediaan *air*



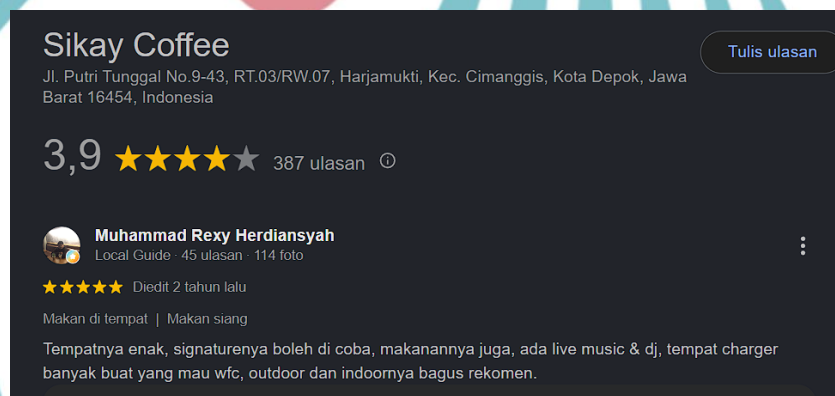
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

conditioner yang terpasang di dinding, serta adanya proyektor dan layar, menunjukkan fasilitas lengkap untuk kenyamanan termal dan fungsionalitas. Seluruh elemen fisik tersebut secara bersama-sama membentuk suasana yang *clean*, fungsional, dan *cozy*, sangat kondusif bagi aktivitas bersantai maupun *work from cafe* (WFC), yang menjadi kebutuhan utama konsumen generasi Z.

Kondisi *servicescape* yang telah dirancang sedemikian rupa tersebut pada kenyataannya turut mendapat perhatian dan penilaian langsung dari pelanggan yang telah berkunjung. Hal ini tercermin melalui berbagai ulasan yang ditinggalkan oleh konsumen di platform Google Maps sebagai bentuk ekspresi pengalaman nyata mereka selama berada di Sikay Coffee.



Gambar 1. 7 Review Google Maps Terhadap Tempat Sikay Coffee

Sumber: Rating Google Maps, 2026

Berdasarkan Gambar 1.7, terlihat bahwa Sikay Coffee mengedepankan aspek fungsionalitas dan estetika untuk menciptakan kenyamanan. Daya tarik fisik saja tidak cukup untuk menjamin kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Diperlukan dukungan komunikasi yang efektif dari para staf atau barista untuk membangun interaksi yang bermakna dengan pelanggan, mulai dari proses pemesanan hingga penanganan keluhan pelanggan secara responsif.

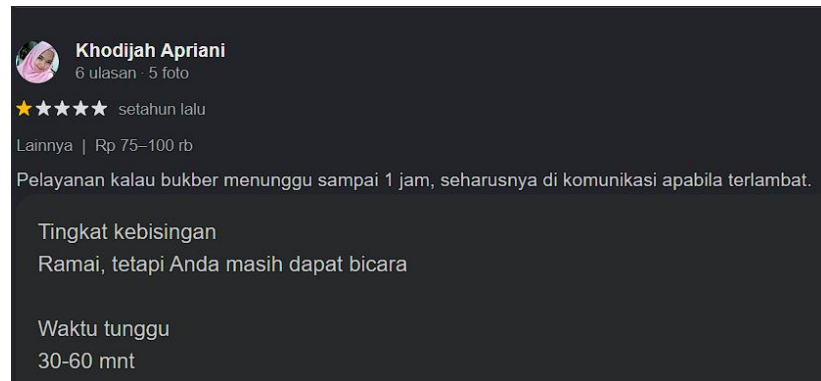
Masalah utama yang muncul adalah adanya fluktuasi kepuasan pelanggan yang terekam dalam jejak digital. Berdasarkan observasi awal pada ulasan Google Maps pada bulan Februari 2026, terdapat persepsi yang kontradiktif mengenai pengalaman pelanggan saat berkunjung ke Sikay Coffee. Meskipun banyak yang memuji suasana tempat, terdapat catatan mengenai inkonsistensi dalam cara staf



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkomunikasi dan kecepatan pelayanan, sebagaimana yang disajikan dalam cuplikan ulasan Gambar 1.9 berikut:



Gambar 1. 8 Review Google Maps Terhadap Komunikasi yang Buruk
Sumber: Rating Google Maps, 2026

Berdasarkan Gambar 1.8, terlihat bahwa terdapat kesenjangan antara ekspektasi pelanggan terhadap fasilitas fisik dengan realitas pelayanan interpersonal yang diterima. Keluhan mengenai staf yang kurang dan terkesan mengejek atau membandingkan konsumen menunjukkan bahwa manajemen komunikasi interpersonal di Sikay Coffee masih memerlukan evaluasi mendalam. Inkonsistensi ini jika dibiarkan akan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan secara permanen.

Menurut Ayunani, dkk (2023:291) kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah variabel penentu keberhasilan jangka panjang bagi Sikay Coffee. Di tengah banyaknya pilihan kafe lain di Depok, pelanggan yang merasa puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif. Sebaliknya, ketidakpuasan pada salah satu aspek antara aspek lingkungan fisik atau komunikasi akan membuat pelanggan dengan mudah

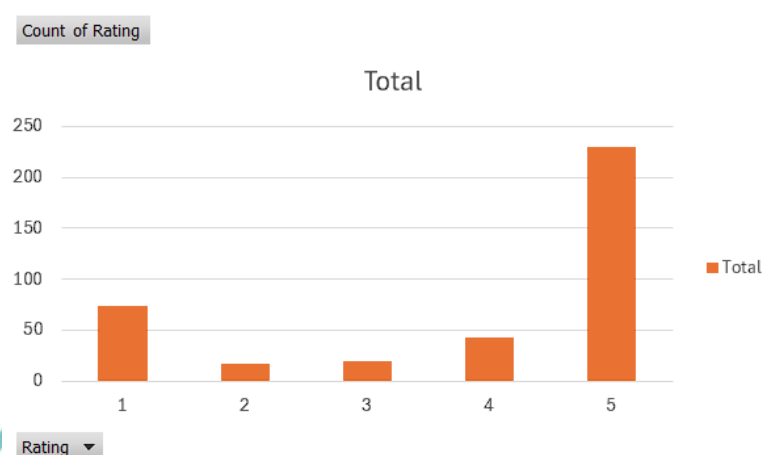


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berpindah ke kompetitor mengingat biaya peralihan dalam industri ini sangatlah rendah.



Gambar 1.9 Rating Google Sikay Coffee
Sumber: Rating Google Maps, 2026

Berdasarkan hasil analisis terhadap 382 ulasan pelanggan, diketahui bahwa sekitar 29% ulasan mengindikasikan sentimen negatif, yang umumnya berkaitan dengan aspek pelayanan dan kondisi tempat. Sementara itu, sekitar 71% ulasan didominasi oleh penilaian positif, yang tercermin dari mayoritas rating bintang 4 dan 5. Jika tidak segera ditangani, potensi permasalahan ini dapat berkembang dan berdampak pada penurunan tingkat kepuasan pelanggan di masa mendatang. Signifikansi penelitian ini terletak pada upaya untuk membuktikan secara empiris bagaimana kombinasi antara stimulus lingkungan *servicescape* dan komunikasi interpersonal dapat secara simultan menciptakan kepuasan bagi pelanggan Gen Z. Tantangan bagi kafe lokal adalah membuktikan bahwa mereka mampu memberikan standar pelayanan yang setara atau bahkan melebihi jaringan kedai kopi internasional melalui interaksi yang lebih personal.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *servicescape* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada Sikay Coffee secara parsial maupun simultan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen muda. Secara praktis, hasil penelitian ini akan menjadi rujukan strategis bagi manajemen dalam melakukan perbaikan operasional untuk meningkatkan daya saing bisnis. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *servicescape* dan komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian Firmansyah & Wongso (2023:108) menemukan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Alfazr & Istiyani (2024:132) menunjukkan bahwa *servicescape* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa lingkungan fisik layanan dan kualitas komunikasi interpersonal sama-sama berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih mengkaji kedua variabel tersebut secara terpisah serta pada konteks objek yang berbeda, seperti layanan publik dan transportasi. Penelitian yang menguji pengaruh *servicescape* dan komunikasi interpersonal secara simultan dalam satu model penelitian masih terbatas, khususnya pada sektor kuliner. Hubungan kedua variabel dalam memengaruhi kepuasan pelanggan belum banyak dieksplorasi secara komprehensif dalam satu kerangka penelitian.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat diketahui bahwa *servicescape* dan komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu masih cenderung mengkaji kedua variabel tersebut secara terpisah dan pada konteks objek yang berbeda. Kajian yang menguji pengaruh *servicescape* dan komunikasi interpersonal secara simultan, khususnya pada sektor kuliner dan pada konsumen generasi z masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui sejauh mana kedua variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Sikay Coffee.

Berdasarkan seluruh uraian fenomena dan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam dengan judul: **"Pengaruh Servicescape dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan Sikay Coffee (Studi pada Konsumen Gen Z di Kota Depok)"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Sikay Coffee sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Tingginya pertumbuhan gerai kopi di Indonesia, khususnya di Kota Depok, menciptakan persaingan bisnis yang ketat sehingga menuntut pelaku usaha memiliki strategi yang efektif.
- b. Terdapat kesenjangan (*gap*) antara fasilitas fisik (*servicescape*) yang sudah baik dengan realitas komunikasi interpersonal yang diterima pelanggan.
- c. Ditemukannya inkonsistensi dalam manajemen komunikasi interpersonal, yang ditandai dengan keluhan mengenai staf yang kurang informatif, tidak ramah (*unfriendly*), dan penanganan pesanan yang lama.
- d. Terjadinya fluktuasi kepuasan pelanggan yang terekam dalam jejak digital (*Google Maps*), dimana terdapat persepsi kontradiktif antara kenyamanan tempat dengan buruknya pelayanan staf.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee?
- b. Seberapa besar komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee?
- c. Seberapa besar *servicescape* dan komunikasi interpersonal berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *servicescape* dan komunikasi interpersonal secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen muda (Gen Z) serta pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan di industri *food and beverage*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dan implikasi yang konstruktif bagi pihak-pihak terkait, khususnya dalam upaya mengoptimalkan *servicescape* dan komunikasi interpersonal guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bagi manajemen, seberapa besar hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan strategis dan bahan evaluasi untuk memperbaiki standar operasional, terutama dalam aspek pelatihan komunikasi staf demi meningkatkan daya saing dan menjamin kepuasan pelanggan jangka panjang.
- 2) Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan serta bahan perbandingan bagi mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga yang akan mengkaji topik serupa di masa mendatang.
- 3) Bagi Mahasiswa, penelitian ini merupakan sarana untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran dan pelayanan prima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Servicescape* dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan Sikay Coffee dengan studi kasus Gen Z Kota Depok, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan perhitungan statistik variabel *Servicescape* memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Yang artinya *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee pada konsumen Generasi Z di Kota Depok. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kondisi *servicescape* yang disediakan oleh kedai, yang tercermin melalui kondisi ruang atau tempat (*ambience condition*), tata letak dan fungsi (*space, layout, and function*), serta tanda, simbol, dan artefak (*signs, symbols, and artifacts*), maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap tempat tersebut. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.
- b. Berdasarkan perhitungan statistik variabel Komunikasi Interpersonal memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee pada konsumen Generasi Z di Kota Depok. Tingginya kualitas komunikasi interpersonal karyawan yang ditunjukkan melalui keterbukaan, empati, dan sikap mendukung kepada pengunjung mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan secara keseluruhan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima.
- c. Berdasarkan perhitungan statistik, menunjukkan bahwa perhitungan statistik menghasilkan nilai $0,000 < 0,05$ yang artinya *Servicescape* dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sikay Coffee pada konsumen Generasi Z di Kota Depok. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

fasilitas fisik lingkungan *coffee shop* atau *servicescape* yang dikombinasikan dengan kualitas interaksi sosial yang responsif dan humanis dari karyawan yaitu komunikasi interpersonal secara bersama-sama mampu memenuhi harapan pelanggan, mendorong niat untuk merekomendasikan, serta meningkatkan minat berkunjung kembali. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis menyampaikan sejumlah saran sebagai berikut:

a. Bagi Manajemen Sikay Coffee

Manajemen Sikay Coffee disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas *servicescape* dengan memastikan kenyamanan fasilitas fisik, seperti stabilitas suhu ruangan, tata letak area duduk yang ergonomis, serta mempertahankan daya tarik dekorasi visual yang sesuai dengan preferensi estetika Generasi Z. Selain itu, pihak manajemen juga perlu meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal karyawan, misalnya melalui pengarahan atau pelatihan rutin, agar staf dapat selalu bersikap terbuka, menunjukkan empati, dan memberikan dukungan yang responsif saat melayani pesan maupun menangani keluhan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan yang berkunjung dapat terus meningkat dan terjaga.

b. Bagi Pelaku Usaha Kedai Kopi atau Industri *Food and Beverage*

Pelaku usaha kedai kopi dapat memanfaatkan pengelolaan *servicescape* yang terencana dan kualitas komunikasi interpersonal karyawan yang baik sebagai bagian dari strategi operasional layanan yang kompetitif. Perancangan lingkungan fisik yang memfasilitasi kebutuhan fungsional sekaligus sosial audiens, dipadukan dengan penyediaan sumber daya manusia yang mampu membangun interaksi hangat dengan pengunjung, dapat menjadi salah satu upaya efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan.

c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang secara teoretis dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk (*product quality*), persepsi

harga (*price perception*), citra merek (*brand image*), atau *electronic word of mouth* (e-WOM). Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda, seperti pada kedai kopi berjejaring (*franchise*) atau restoran skala besar, serta memperluas segmentasi demografi responden di luar batasan Generasi Z agar diperoleh hasil analisis yang lebih beragam dan komprehensif.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. In *Oral Oncology Reports* (Vol. 12). Elsevier Ltd.
<https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Alex, memo. s. (2022). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Komitmen Organisasi Pada PT. United Equipment Indonesia Cabang Pekanbaru.*
- Alfazr, D., & Istiyani, Y. (2024). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Penumpang Bandar Udara Adisutjipto Pasca Peralihan. *JCRD: Journal of Citizen Research and Development*, 144–157.
- Ardiansyah, F. Z. (2025). *Pengaruh Fasilitas Tracking System Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi Anteraja Di Jakarta Timur. Politeknik Negeri Jakarta. POLITEKNIK NEGERI JAKARTA.*
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Solusi*, 21(3), 290–299. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079>
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2025). *Kota Depok Depok Municipality In Figures Dalam Angka 2026 Badan Pusat Statistik Kota Depok Bps-statistics Depok Municipality* (Badan Pusat Statistik Kota Depok, Ed.; 22nd ed., Vol. 22). Badan Pusat Statistik Kota Depok.
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2026, February). Kota Depok Depok Municipality In Figures Dalam Angka 2026 Badan Pusat Statistik Kota Depok Bps-statistics Depok Municipality. *Badan Pusat Statistik Kota Depok*, 22, 87.
- Bitner, M. J., Crosby, L., Brown, S., Walker, B., & Kleine, S. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. In *Journal of Marketing* (Vol. 56).
- Cahyani, N. P. F., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2025). Pengaruh Servicescape, Brand Image Dan Service Fairness Terhadap Revisit Intention Pada Blackpenny Villas Ubud. *EMAS*, 6(1), 17–33.
<https://doi.org/10.36733/emas.v6i1.11264>
- COCHRAN, W. G. . (1977). *Sampling techniques*. Wiley.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (K. Bowers, Ed.; 14th ed.). Karon Bowers.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Fandy, D. A. (2024). *Pengaruh Servicescape dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada The Cups & Co Cabang Iskandar Muda*. Universitas Medan Area.

Firmansyah, F., & Wongso, F. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Putra Harapan Pekanbaru. *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 100–109. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.72>

Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM SPSS* (apriya Heri, Ed.; 10th ed., Vol. 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hien, N. N., Long, N. T., Liem, V. T., & Luu, D. X. (2024). Customer Responses to Airline Service Failure: Perspectives from Expectation Disconfirmation Theory. *Sage Open*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241248334>

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (1st ed., Vol. 1). Unitomo press.

Kamil, R., & Laksmi, ; (2023). *Generasi Z, pustakawan dan vita activa kepastakawanan*. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1119>

Khalisa, N., Lukman, ;, & Laduppa, ; Hardianti. (2025). Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Efktivitas Sistem Antrian Online di Puskesmas Pangkajene. *Jurnal Administrasi Negara*, Agustus, 17, 145–155. <https://doi.org/10.24198/jane.v17i1.651138>

Kotler, P. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan pelanggan* (I. Methiana, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Unitomo Press.

Munthe, P. E., & Budiarta, K. (2025). *Analisis Pengaruh Servicescape dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Heliac Jalan Perhubungan, Kec. Percut Sei Tuan, Medan*. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i1.5671>

Nitami, Y. Y. (2023). Pengaruh Technostress terhadap Konflik Kerja-Keluarga pada Pegawai Bagian Keuangan dengan Literasi Digital sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus di Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 175–182.

Nurani, Eldon, M., & Ruspindya, B. P. (2022). Pengaruh Servicescape, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen. *Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 42–50.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Pearson, J. c, Nelson, P. E., & Titsworth, S. (2011). *Human Communication* (M. Williams & P. Ohlenroth, Eds.; 4th ed., Vol. 4). The McGraw-Hill Companies.
- Sambodo, R. S. (2021). Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Setiawan, I., & Winduwati, S. (2022). Aktivitas Komunikasi Interpersonal Barista dalam Mempertahankan Citra Starbucks Chinatown. *Ilmu Komunikasi*, 4(Komunikasi Interpersonal), 224–229.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo, Ed.; 1st ed., Vol. 5). ALFABETA. www.cvalfabeta.com
- Sunardiyah, F., Pawito, P., & Isrun Naini, A. M. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Sosial Media dan Citra Organisasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bea Cukai Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 237. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6615>
- Suryani Putri, A., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). *Pengaruh Service Quality, Servicescape, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru (Studi Kasus pada Toko Indomaret Drive Thru Jakarta Barat)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3>
- Wereh, S. N., Moniharapan, S., & Roring, F. (2026). Pengaruh Servicescape, Cita Rasa, dan Keragaman Menu, Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sairasa Manado. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 25(2). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Wirtz, Jochen., & Lovelock, C. H. . (2016). *Services marketing : people, technology, strategy*. World Scientific.