

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek pemberian layanan senyum salam sapa barista terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Dagen. Pada penelitian ini, peneliti mengajukan hipotesis yaitu kepuasan konsumen yang diberi layanan senyum salam sapa oleh barista lebih tinggi dibanding kepuasan konsumen yang tidak diberi layanan senyum salam sapa oleh barista.. Jumlah subjek penelitian ini sebanyak 10 orang kelompok eksperimen dan 10 orang kelompok kontrol orang yang diperoleh menggunakan teknik *random Sampling*. Metode eksperimen dalam penelitian ini ialah *posttest-only control group designn*. Alat pengumpul data menggunakan skala kepuasan konsumen. Hasil analisis dengan *Independent Sample t test*. T test menunjukkan angka -8.233). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara pelayanan senyum salam sapa barista terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil perhitungan Skala Kepuasan Konsumen dihasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0.923 dengan korelasi skor-aitem berkisar antara 0.131 sampai 0.685.

Kata Kunci: pelayanan senyum salam sapa, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of providing a barista greetings smile service on customer satisfaction Dagen Coffee Shop. In this study, the researchers proposed a hypothesis that the satisfaction of consumers who were given a greeting service by a barista was higher than that of a customer who was not given a greeting service by a barista. The number of subjects in this study were 10 people in the experimental group and 10 people in the control group. obtained using random sampling technique. The experimental method in this study was the posttest-only control group design. The data collection tool uses a customer satisfaction scale. The results of the analysis using the Independent Sample t test. The t test shows the number -8.233). This shows that there is a positive influence between the smile and greetings of the barista service on customer satisfaction, so that the hypothesis proposed in this study can be accepted. The results of the calculation of the Consumer Satisfaction Scale resulted in a reliability coefficient of 0.923 with a score-item correlation ranging from 0.131 to 0.685.

Keywords: *Service greetings, customer satisfaction*