

CONTOH LAPORAN

Survei Kepuasan Pelanggan Jaringan Kedai Kopi "Kopi Senja"

Klien rekaan: 12 gerai di Jabodetabek · Survei Oktober · n = 400

Ringkasan eksekutif

Pertanyaan bisnis: Mengapa pelanggan tetap mulai jarang kembali, dan apa yang harus diperbaiki lebih dulu?

3,8 / 5

Kepuasan keseluruhan

61%

Berniat kembali dalam sebulan

> 7 menit

Batas antre sebelum pelanggan tetap mulai hilang

Tiga temuan utama

- Kepuasan cukup baik (3,8 dari 5), tetapi hanya 61% pelanggan yang berniat kembali.
- Pendorong terkuat niat kembali adalah **kecepatan layanan** dan **konsistensi rasa**, bukan harga.
- Gerai dengan antrean lebih dari 7 menit kehilangan sekitar 1 dari 4 pelanggan tetap.

Tiga rekomendasi prioritas

- Tambah satu barista di jam sibuk (07.00–09.00) pada 4 gerai dengan antrean terpanjang.
- Standarkan resep dan lakukan pelatihan ulang untuk lima menu terlaris.
- Uji coba pemesanan lewat aplikasi di 2 gerai selama satu bulan, lalu ukur ulang.

Metode

Aspek	Keterangan
Desain	Survei potong lintang dengan kuesioner terstruktur (skala Likert 1–5)
Populasi	Pelanggan yang bertransaksi minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir
Sampel	400 responden, proporsional menurut gerai (stratified sampling)
Margin of error	±4,9% pada tingkat kepercayaan 95%
Pengumpulan data	Survei daring lewat kode QR di struk, selama 2 minggu
Kualitas data	23 respons dibuang: jawaban seragam dan waktu pengisian di bawah 60 detik
Reliabilitas instrumen	Cronbach's alpha 0,82–0,91 untuk tiap dimensi
Analisis	Statistik deskriptif, ANOVA antar-gerai, dan regresi logistik untuk faktor pendorong niat kembali

Mengapa metode ini dipilih

Pertanyaan bisnisnya adalah *apa yang membuat pelanggan kembali*, bukan sekadar *seberapa puas*. Karena itu niat kembali dijadikan variabel terikat, dan regresi logistik dipakai untuk mengukur seberapa besar pengaruh tiap faktor layanan terhadap peluang pelanggan kembali.

Profil responden

Karakteristik	Kategori	%
Usia	18–24 tahun	34%
	25–34 tahun	45%
	35 tahun ke atas	21%
Frekuensi kunjungan	1–2 kali per minggu	58%
	3 kali atau lebih per minggu	42%

Semua angka dalam dokumen ini rekaan dan hanya untuk menunjukkan format laporan.

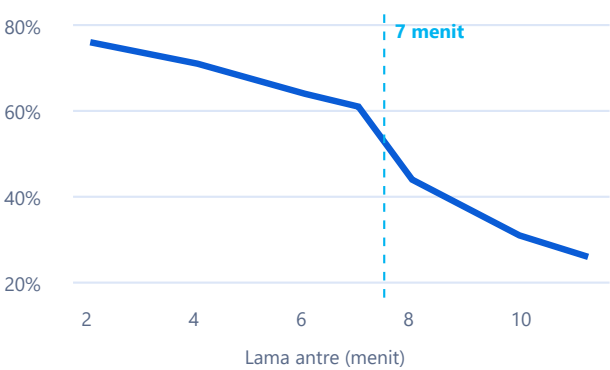
Temuan

Grafik 1. Skor kepuasan per dimensi



Skala 1–5 · Kecepatan layanan paling rendah

Grafik 2. Niat kembali menurut lama antre



Tabel 1. Faktor pendorong niat kembali (regresi logistik)

Faktor	Rasio odds	Signifikansi	Arti praktis
Kecepatan layanan	2,4	$p < 0,001$	Naik satu poin, peluang kembali lebih dari dua kali lipat
Konsistensi rasa	1,9	$p < 0,01$	Pengaruh kuat dan stabil di semua gerai
Harga	1,2	tidak signifikan	Bukan alasan utama pelanggan berhenti datang
Suasana gerai	1,3	$p < 0,05$	Pengaruh kecil, penting untuk pelanggan baru

Intinya: pelanggan tidak pergi karena harga. Mereka pergi karena menunggu terlalu lama dan rasa yang tidak selalu sama. Dua hal ini bisa diperbaiki tanpa menurunkan harga.

Rekomendasi dan langkah berikutnya

Tindakan	Gerei	Penanggung jawab	Indikator keberhasilan	Ukur ulang
Tambah satu barista jam 07.00–09.00	4 gerai antrean terpanjang	Manajer operasional	Rata-rata antre di bawah 5 menit	4 minggu
Standarisasi resep lima menu terlaris	Semua gerai	Kepala barista	Skor konsistensi rasa naik ke 4,2	8 minggu
Uji coba pemesanan lewat aplikasi	2 gerai	Tim digital	20% transaksi lewat aplikasi, niat kembali naik	4 minggu

Yang tidak kami sarankan

Menurunkan harga atau memberi diskon besar. Data menunjukkan harga bukan pendorong utama, jadi diskon akan mengurangi margin tanpa menyelesaikan masalahnya.

Catatan keterbatasan

- Survei hanya menjangkau pelanggan yang masih datang. Pelanggan yang sudah berhenti total perlu dijangkau lewat cara lain, misalnya data program loyalitas.
- Niat kembali belum tentu sama dengan perilaku kembali. Efek perbaikan sebaiknya diukur dari data transaksi.

Ini contoh format kerja kami. Setiap proyek disesuaikan dengan pertanyaan bisnismu.

Konsultasikan kasusmu, gratis · WhatsApp 0811 8897 57 · datalyticsindo.com