

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KAFE KOPI MIRING SEMARANG**

**Nella Octaviani**

*Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro*

## **ABSTRAK**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi berbagai kualitas, baik jasa maupun produk. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kafe Kopi Miring Semarang merupakan salah satu kafe yang diminati oleh masyarakat yang sangat menarik untuk diteliti dari sisi variabel-variabel tersebut di atas. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis berupa uji F, uji t dan koefisien determinasi ( $r^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Perhatian (*Empathy*) terhadap kepuasan pelanggan dengan pengaruh sebesar 84,8%. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Kafe Kopi Miring adalah variabel Perhatian (*Empathy*).

Kata kunci : Kafe Kopi Miring Semarang, kualitas layanan , Kepuasan Pelanggan

## A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam baik di pasar domestik maupun pasar internasional atau global. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan pelanggan menjadi lebih puas (Nugroho dan Puriarta, 2011:28).

Semarang merupakan salah satu kota bisnis di Indonesia, yang mayoritas penduduknya disibukan dengan rutinitas padat. Namun sewaktu-waktu kejenuhan dari rutinitas yang padat itu menimbulkan kecenderungan melepas lelah dengan berbagai cara di antaranya berkumpul dengan teman ataupun hanya duduk disebuah tempat yang dianggap nyaman, misalnya saja di warung kopi atau kafe.

Mengonsumsi kopi telah menjadi salah satu kebutuhan dan gaya hidup (*life style*) masyarakat saat ini. Kedai kopi menjadi tujuan yang

sangat diminati terutama kalangan muda untuk sekedar bersantai atau berkumpul dengan teman. Tidak hanya kalangan muda, kalangan pebisnis pun sering menghabiskan waktunya di kedai kopi untuk membahas rencana bisnisnya atau untuk bertemu dengan rekan kerjanya. Dari banyaknya permintaan akan kopi membuat para wiraswasta tertarik untuk membuka usaha kedai kopi sehingga saat ini banyak bermunculan kedai kopi yang membuat persaingan semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini pengelolaan kedai kopi dituntut untuk lebih tanggap mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan, keinginan serta selera konsumen di masa sekarang dan di masa akan datang (Indah Sevia Wulandari, 2012).

Kopi Miring didirikan pada tanggal 14 Mei 2010, menurut HRD Kafe Kopi Miring awalnya kafe ini menggunakan nama “Kopi Holic” namun penggunaan nama tersebut dirasa kurang menarik minat konsumen, sehingga pemakaian nama Kopi Holic tidak bertahan lama, sampai tercetus ide dari pemilik kafe untuk mengganti nama “Kopi Miring”. Awal berdirinya Kafe Kopi Miring

hanya menggunakan lahan parkir yang ada di ruko Pamularsih, kondisi seperti ini dirasa kurang efisien karena tidak adanya tempat indoor saat cuaca hujan datang, dalam waktu kurang lebih setahun Kafe Kopi Miring mulai menyewa ruko dengan menambah modal usaha dan mempunyai tempat yang cukup luas ada *outdoor* dan 2 lantai *indoor* yang lokasinya di Jl. Pamularsih Raya No.5 Semarang.

Kopi Miring memulai waktu operasinya dari pukul 10:00 – 02:00 WIB. Jumlah karyawan yang bekerja ada 30 orang, Menurut HRD Kafe Kopi Miring, dengan waktu operasi  $\pm 16$  jam dan jumlah karyawan 30 orang itu dirasa cukup untuk memberikan pelayanan yang maksimal, baik dan memuaskan kepada setiap pengunjung yang datang. Kafe Kopi Miring ramai dikunjungi di jam 19:00 WIB, target pasar dari kafe ini adalah kalangan menengah ke bawah. Banyaknya kafe-kafe yang menyediakan produk yang sama, membuat Kafe Kopi Miring menggunakan strategi yang berbeda dengan kafe-kafe lainnya yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal bagi pengunjung, mulai dari menu yang beraneka ragam seperti,

Kopi sebagai produk utama, Aneka *snack*, *Juice*, aneka makanan meliputi, nasi goreng, spagethi, steak, chicken khungpow, bakmi jawa, roti bakar, dll, dengan harga yang terjangkau, serta adanya sarana live musik atau *acoustic* di Kafe Kopi Miring yang jarang dimiliki oleh kefe kopi lainnya, *event* live musik didapat dari sponsor perusahaan rokok ternama yaitu Sampoerna, dan event ini tidak setiap hari ditampilkan tergantung dari pihak sponsor ingin menyelenggarakan atau tidak, adanya LCD *proyektor* untuk menonton bola bersama.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.

### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang

merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47).

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011:160).

#### a. analisis grafik

Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi normal. distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2011:161).

#### b. analisis statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistic bisa sebaliknya. Uji statistik yang

digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametik Kolmogorov-smirnov (K-S) (Ghozali, 2011).

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terkait (dependent) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali,2011:139)

### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2011)

### 5. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_A$ ) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98).

#### 6. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_A$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_A : b_i \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011)

#### 7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011:97). Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka

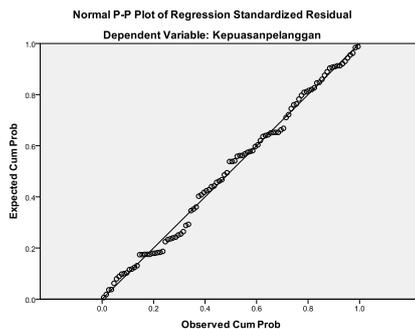
koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

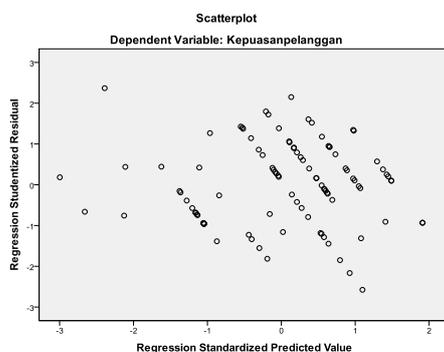
#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas



Hasil kurva *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titik – titik pada grafik terlihat menempel dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan kurva *normal probability plot*, data yang digunakan berdistribusi normal.

##### 2. Uji Heterokedastisitas



Grafik *scatter plots* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

##### 3. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa antar variabel independen bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati semuanya tidak terjadi *multikolinearitas*, karena nilai tolerance masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah 10.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.160	.233		-4.970	.000
	Buktifisik	.198	.067	.169	2.956	.004
	Keandalan	.233	.083	.201	2.803	.006
	Dayatanggap	.327	.075	.266	4.339	.000
	Jaminan	.182	.081	.172	2.245	.027
	Empati	.365	.075	.280	4.878	.000

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan

Dalam penelitian ini, hasil regresi menggunakan *standardized coefficients*.

Persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = -1,160 + 0,198 X_1 + 0,233 X_2 + 0,327 X_3 + 0,182 X_4 + 0,365 X_5$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstan ( $\alpha$ ) sebesar = -1,160 artinya apabila bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati konstant, maka variasi perubahan kepuasan konsumen adalah negative.
- b. Koefisien regresi ( $b_1$ ) = 0,198 artinya setiap ada peningkatan Bukti Fisik, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila ada penurunan bukti fisik maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.
- c. Koefisien regresi ( $b_2$ ) = 0,233 artinya setiap ada peningkatan Keandalan, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila ada penurunan keandalan maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.
- d. Koefisien regresi ( $b_3$ ) = 0,327 artinya setiap ada peningkatan Daya Tanggap, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila ada penurunan daya tanggap maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.
- e. Koefisien regresi ( $b_4$ ) = 0,182 artinya setiap ada peningkatan Jaminan, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Sebaliknya apabila ada penurunan jaminan maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.

f. Koefisien regresi ( $b_5$ ) = 0,365 artinya setiap ada peningkatan Empati, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila ada penurunan empati maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.

### 3 Uji Hipotesis

#### 1. Uji Statistik –F

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 111,725 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### 2. Uji t

##### 1. Variabel Bukti Fisik (*tangible*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel tampilan fisik

(*tangible*) menunjukkan nilai  $t = 2,956$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin tidak baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

##### 2. Variabel Keandalan (*reliability*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel keandalan (*reliability*) menunjukkan nilai  $t = 2,803$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa keandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi keandalan

pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah kehandalan pelayanan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

### 3. Variabel Daya tanggap (*responsiveness*)

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t$  untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai  $t = 4,339$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah  $0,05$  tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi daya tanggap yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah daya tanggap yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

### 4. Variabel Jaminan (*assurance*)

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t$  untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai  $t = 2,245$  dengan

nilai signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah  $0,05$  tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

### 5. Variabel kepedulian (*empathy*)

Hasil pengujian diperoleh nilai  $t$  untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai  $t = 4,878$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi di bawah  $0,05$  tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar kepedulian

(*emphaty*) yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

### 3. Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Nilai *adjusted r square* sebesar 0,848, yang artinya variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mampu menjelaskan kepuasan pelanggan Kafe Kopi Miring Semarang sebesar 84,8%, sementara sisanya sebesar 15,2% (100%-84,8%) kepuasan pelanggan Kafe Kopi Miring dijelaskan oleh faktor selain kelima variabel independen di atas.

#### D. Pembahasan

##### a. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa di Kafe Kopi Miring.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa bukti fisik

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,956 dengan tingkat signifikansi 0,004 (< 0.05).

Dalam bukti fisik ini menggunakan 4 indikator yang digunakan yaitu fasilitas, interior, dekorasi, fasilitas pendukung kafe seperti *toilet*. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni dekorasi ruangan yang sesuai dengan selera remaja sebesar 3,94 (baik), fasilitas pendukung kafe seperti *toilet* dan parkir sebesar 3,87 (baik), ketersediaan tempat duduk yang memadai 3,86 (baik), sedangkan indikator pada bukti fisik yang memberikan pengaruh paling rendah yaitu kenyamanan dan kebersihan ruangan sebesar 3,44(baik).

##### b. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti kecepatan merespon kedatangan pelanggan dan kecepatan

pemberian menu, pelayanan yang menyenangkan, dan ketepatan waktu pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa keandalan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,803 dengan tingkat signifikansi 0,006 ( $< 0.05$ ).

Dalam keandalan ini menggunakan 4 indikator yang digunakan yaitu kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan baik merespon kedatangan pelanggan dan pemberian menu, kemampuan pegawai, dan pelayanan tepat waktu. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni pelayanan karyawan menyenangkan sebesar 4,02 (baik), kecepatan pelayanan dalam memberikan menu kepada pelanggan sebesar 3,97 (baik), pelayanan tepat waktu sebesar 3,89 (baik), sedangkan indikator pada keandalan yang memberikan pengaruh paling rendah yaitu kecepatan karyawan saat merespon kedatangan pelanggan sebesar 3,84 (baik).

### **c. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan**

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,339 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ).

Dalam daya tanggap ini menggunakan 3 indikator yang digunakan yaitu daya tanggap dalam bentuk ketanggapan karyawan, kesigapan karyawan, kesediaan karyawan dalam menjawab pertanyaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni kesediaan karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen sebesar 4,00 (baik), ketanggapan karyawan dalam membantu memilih menu sebesar 3,95 (baik), sedangkan indikator pada daya tanggap yang memberikan pengaruh paling rendah yaitu kesigapan karyawan untuk segera minta maaf apabila terjadi kesalahan sebesar 3,83(baik).

**d. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t$  hitung sebesar 2,245 dengan tingkat signifikansi 0,027 ( $< 0.05$ ).

Dalam jaminan ini menggunakan 3 indikator yang digunakan yaitu karyawan mempunyai pengetahuan tentang menu yang tersedia, kebersihan menu, dan jaminan keamanan. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni kebersihan makanan dan minuman yang disediakan sebesar 4,02 (baik), perasaan aman saat mengkonsumsi produk sebesar 3,99 (baik), sedangkan indikator pada

jaminan yang memberikan pengaruh paling rendah yaitu pengetahuan karyawan tentang menu makan dan minuman sebesar 3,82 (baik).

**e. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Kepedulian (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t$  hitung sebesar 4,878 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0.05$ ).

Dalam empati ini menggunakan 3 indikator yang digunakan yaitu keramahan dan sikap yang baik, perhatian terhadap keluhan, kemampuan komunikasi yang baik kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni karyawan mampu berkomunikasi dengan baik sebesar 4,13 (baik), pemberian pelayanan yang ramah dan sikap yang baik kepada pelanggan sebesar 3,85 (baik),

sedangkan indikator pada empati yang memberikan pengaruh paling rendah yaitu perhatian karyawan terhadap keluhan pelanggan sebesar 3,83 (baik).

#### **D. PENUTUP**

Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kafe kopi miring adalah sebagai berikut :

1. Variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **2. SARAN**

Dari kesimpulan diatas, disarankan bahwa :

1. Variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Variabel empati merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang di tunjukan dengan besarnya koefisien regresi 0,365. Dalam kaitannya dengan empati, empati yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan, kebutuhan dan keluhan konsumen, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan Kafe Kopi Miring, dan berkeingin untuk kembali berkunjung ke Kafe Kopi Miring. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh pihak kafe, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata konsumen dan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen maka akan semakin baik pula citra kafe di lingkungan masyarakat.

2. Variabel Daya Tanggap merupakan variabel yang berpengaruh

kedua terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi 0,327. Dalam kaitannya dengan daya tanggap, daya tanggap yang diberikan oleh karyawan perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara Kafe Kopi Miring harus cepat tanggap terhadap keinginan konsumen yaitu harus adanya karyawan yang selalu siap sedia melayani pelanggan, sehingga ketika konsumen membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama. Karyawan Kafe Kopi Miring harus lebih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen, apabila ada konsumen yang membutuhkan bantuan atau ada yang mengeluhkan sesuatu yang berhubungan dengan kerusakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan, maka karyawan bisa dengan cepat membantu dan menyelesaikan masalah. Pelayanan yang cepat juga mempengaruhi kepuasan konsumen karena biasanya konsumen tidak sabar apabila harus menunggu lama.

**3.** Variabel Keandalan merupakan variabel yang berpengaruh ketiga terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien

regresi 0,233. Dalam kaitannya dengan kehandalan, kehandalan karyawan dalam melayani konsumen harus dipertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Misalnya, karyawan harus selalu siap sedia melayani konsumen agar apabila ada pengunjung yang datang dapat segera dilayani. Prosedur pelayanan juga diharapkan tidak berbelit-belit atau terlalu lama dalam memberikan pelayanan baik penyajian menu maupun dalam merespon kedatangan pelanggan, dan juga dapat diupayakan penambahan kecepatan fasilitas internet (*free wifi*) setiap hari, sehingga konsumen yang akan lebih merasa puas. Meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat dengan cepat dan tepat dalam melayani konsumen.

**4.** Variabel Bukti Fisik merupakan variabel yang berpengaruh keempat terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi 0,327 0,198. Dalam kaitannya dengan bukti fisik, Kafe Kopi Miring perlu untuk melakukan renovasi pada bangunan, yaitu dengan penataan meja dan kursi dengan teratur, dan

memperbaiki bagian bangunan yang rusak, merubah sebagian interior bangunan juga perlu dilakukan agar lebih bagus dan menarik, menjaga kebersihan dan juga membuat tempat untuk mencuci tangan. Selain itu interior dalam kafe juga perlu dilakukan penataan ulang setiap beberapa bulan sekali, misalnya penataan menambahkan hiasan dinding atau tanaman hias, sehingga ketika ada pelanggan yang kembali untuk datang ke kafe tersebut tidak merasa bosan. Untuk fasilitas yang disediakan masih perlu untuk ditingkatkan yaitu dengan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada di kafe, seperti kebersihan karpet harus dijaga dengan baik dengan cara dicuci paling tidak seminggu sekali, sehingga konsumen dapat merasa nyaman saat menggunakan. Penampilan karyawan yang bersih dan rapi juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, oleh karena itu karyawan dan staf harus

mempertahankan penampilan mereka yang bersih dan rapi.

5. Variabel Jaminan merupakan variabel yang berpengaruh terendah terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi 0,182. Dalam kaitannya dengan jaminan, Kafe Kopi Miring perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jaminan yang diberikan oleh Kafe Kopi Miring harus dipertahankan keramahan karyawannya, jika perlu lebih ditingkatkan lagi karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan, dan perlu ditingkatkan lagi pengetahuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga konsumen merasa nyaman pada saat di berikan pelayanan, untuk keamanan yang diberikan oleh Kafe Kopi Miring harus dipertahankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. 2007. “ Analisis Simultan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Grapari telkomsel di Surakarta”. **Jurnal Daya Saing, UMS.**
- Atmawati dan Wahyudin. 2004. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall”. **Jurnal Ekonomi Sumber Daya. Vol 5 No. 1.**
- Griselda, Gretel dan Panjaitan, tagor muda. 2007. “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau dua”. **Derema Jurnal Manajemen. Vol. 2 No.1.**
- Mustaniroh, Siti Asmaul ,dkk. 2010. “Penilaian Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual (*service quality*) (Studi kasus pada “waroeng X Cab. Soekarno-Hatta Malang)” **Jurnal Teknologi Pertanian Vol. 11 No. 3**
- Nilawati, dan Indriani. 2012. “Pengaruh Atribut Produk dan Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang pada Kafe Kopi Miring di Semarang” **Jurnal Manajemen. Volume 1. Nomor 2.**
- Nugroho, dan Puriarta. 2011. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pasien Kamar Rawat Inap Kelas 2 pada Rumah Sakit Islam Jakarta”. **AKTIVA, Volume 4 Nomor 7.**
- Pawitan, Gandhi. Maria Widyarini. 2011. “Perbandingan Kualitas layanan berdasarkan kategori Restoran : Studi Kasus di Badung Bali”. **Jurnal Administrasi Bisnis Vol.7 No.1.**
- Poniman, dan Kusmardi. 2011 “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa pada Sekolah menengah kejuruan Negri 4 Klaten”. **Jurnal STIE. Edisi 1 No.1**
- Wulandari, Indah Sevia. 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Starbucks Cabang Alam Sutera”. **Jurnal ekonomi Manajemen Universitas Gunadarma.**
- Yasa, I Ketut. 2009. “Pengaruh Kualitas jasa terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Hotel Wakadiume Ubud Bali)”. **Sarathi Vol. 16 No. 1.**
- Durianto, Darmadi, dkk. 2001. **Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek.** Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Ghozali, imam. 2011.**Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19.** Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2006.**Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.** Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. 1997. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kelvin Lane. 2009. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Ketiga belas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2010. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2006. **Prinsip-Prinsip Pemasaran.** Edisi Kedua belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. **Pemasaran**. Salemba empat. Jakarta.
- Lovelock, Christopher. Wirtz, Jochen. Mussry, Jacky. 2010. **Pemasaran Jasa**. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2008. **Manajemen Pemasaran jasa**. Edisi Kedua. Salemba empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran**. Salemba Empat. Jakarta.
- Purba, Rao, 2006, **Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis**,  
The Asian Manager February-March, p. 28-32
- Sudigdo, Sastroasmono dan Sofyan, ismael. 2008. “**Dasar-dasar metodologi penelitian klinis**”. Edisi Ketiga. CV.Sagung Seto. Jakarta
- Sugiyono. 2010. Metode **Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius dan Adriana, Dadi. 2008. **Pemasaran Strategik**. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. Dan Chandra, Gregorius. 2006. **Service, Quality, dan Satisfaction**. Andi. Yogyakarta.