

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEESHOP XYZ KOTA PEKANBARU

Dinda Genta Wicara

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
Jln. HR. Subrantas No. 57 Km 12,5 Panam-Pekanbaru
E-mail: gentarara@rocketmail.com

Abstract : The aim of this study is to find out the impact of Service Quality on Customer Satisfaction on Coffeeshop XYZ City Pekanbaru. To that goal, the research was conducted using a sample of 100 people, using simple random methods. (accidental random sampling). Data analysis methods use simple linear regression. Basing the t test results partially obtained that t-count is larger than t-table ($12,711 > 1,984$). Thus it can be concluded that the service quality variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction on Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru. The R. Square (R²) value of 0.622 (62.2%) explains that the service quality variable contributes an influence on consumer satisfaction on Coffeeshop XYZ City Pekanbaru by 62.2%. The remaining 37.8% describes other free variables not observed in this study. Recommendations that can be submitted are expected that the company pay attention to employees of Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru have expertise in using aiding tools in the service process as this gets the lowest response from respondents.

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Indonesia tidak diragukan lagi memiliki berbagai jenis kopi berkualitas dan terkenal dengan kelezatan kopinya. Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, bukan sekedar meminumnya, namun bagaimana dan dimana meminumnya sudah menjadi budaya tersendiri. Di zaman dahulu, kopi merupakan minuman murah yang dikonsumsi dipinggiran jalan, tetapi sekarang disajikan dengan kedai kopi bernuansa modern. Di zaman sekarang ini, meminum kopi di kedai kopi telah menjadi sebuah kebiasaan (*lifestyle*) masyarakat di Indonesia. Bukan sekedar meminum kopi semata, namun di kedai kopi juga menjadi tujuan beberapa kalangan untuk melakukan kegiatan suatu tertentu, seperti bertemu klien atau belajar kelompok bagi kalangan mahasiswa. Kedai kopi dewasa ini merupakan bisnis yang menguntungkan, dimana banyak pecinta kopi menjadikan kopi sebagai kebutuhan yang wajib untuk dipenuhi sebagai tuntutan gaya hidup, sehingga begitu banyak kedai kopi yang dijadikan sebagai salah satu peluang usaha alternatif yang menjajikan bagi pelaku bisnis.

Para pelaku usaha khususnya warung kopi harus peka terhadap setiap perubahan

yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis dalam selalu berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang tujuan utamanya. Pelaku bisnis harus bergerak cepat dalam menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan dapat membangun rasa antusias bagi para pelanggan. Penciptaan suasana yang nyaman, desain interior yang menarik sekaligus adanya fasilitas Wi-Fi maupun live music menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Era sekarang ini persaingan usaha kedai kopipun juga semakin ketat dikarenakan begitu banyak kedai-kedai kopi yang tentunya memiliki keunggulan tersendiri dalam produknya.

Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru yang beralamat di jalan Soekarno Hatta Kel. Sidomulyo Timur Kec. Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, selain memiliki keunggulan dalam hal rasa, desain kedai maupun keunikan dalam penyajian, kedai kopi juga memiliki pangsa pasar tersendiri. Dengan begitu banyaknya usaha dalam mendirikan kedai kopi menjadikan pelanggan mempunyai kriteria tersendiri dalam melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan

mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan yang baiklah yang akan membuat pelanggan mendapatkan kepuasan dan akan besar kemungkinan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan untuk kembali membeli produknya. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan referensi yang baik bagi orang lain.

Pelayanan mengacu pada kepuasan, karena kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Mengingat semakin banyaknya kesadaran konsumen akan pentingnya kepuasan dan hal ini menjadi acuan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan.

Apabila pelayanan kita buruk atau belum maksimal maka konsumen akan beralih

keperusahaan lain yang memberikan pelayanan yang lebih bagus dan sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan pelanggan. Hal ini sudah menciptakan kepuasan pelanggan dengan sendirinya sehingga pelanggan menjadi loyal pada satu perusahaan tersebut. Maka tujuan utama dari perusahaan adalah untuk bertahan, menstabilkan kelangsungan dan pertumbuhan usahanya dan juga meningkatkan laba yang ingin dicapai perusahaan tersebut. Dengan adanya kepuasan pelanggan merupakan tanggapan terhadap kesesuaian tingkat kepentingan dan harapan pelanggan sebelum mereka menerima jasa pelayanan dan sesudah pelayanan yang mereka terima. Berikut data keadaan organisasi dan jumlah karyawan pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru.

Tabel 1

Rincian Anggota Organisasi Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru Tahun 2022

NO	DEVISI	JUMLAH
1	Owner / pemilik	1
2	Kasir	1
3	Robusta / peracik kopi	3
4	Koki	4
5	Pramusaji	6
TOTAL		15

Sumber : Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, 2023

Berikut data sarana dan prasarana yang ada di Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru yang diharapkan memberikan atau mendapat pelayanan yang baik bagi konsumen.

Tabel 2

Data Fasilitas Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru

No	Fasilitas	Unit	Keterangan
1	Wi-fi internet Access	20 Mbps	Lambat
2	Smoking Area	10 x 10 m ²	Baik
3	Parkir Area	10 x 20 m ²	Tidak beratap
4	Concierge services	1	Baik
5	Meja	20 buah	3 tidak layak pakai
6	Kursi	70 buah	7 sandaran patah
7	Toilet	2	1 rusak
8	Musholla	1	Baik
9	Ruang VIP	6 x 10 m ²	Baik
10	AC	2	Baik

Sumber : Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, 2023

Data diatas menjadi salah satu pendukung kualitas pelayanan tetapi masih ada beberapa bentuk keluhan-keluhan pelanggan

yang menyangkut mengenai pelayanan yang telah diberikan, artinya pelayanan yang telah

diberikan masih belum dapat memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumen.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, ditemukan beberapa keluhan-keluhan dari konsumen seperti:

- a. Karyawan masih belum ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang membutuhkan informasi.
- b. Karyawan kurang memahami masing-masing kelebihan dari sebuah produk.
- c. Masih ada beberapa titik tempat yang penataan barang kurang rapi atau berantakan.
- d. Terkadang produk yang tertera di daftar menu tidak sesuai dengan harga didaftar menu (dikasir berbeda).
- e. Bangunan yang tidak terawat atau cat sudah ada yang mengelupas, kumuh dan banyak rumput liar yang tumbuh.

- f. Kurangnya perawatan atau *sercive* di kamar mandi, seperti ada kamar mandi yang rusak.
- g. Area parkir yang tidak rata dan kondisi parkir yang tidak beratap.

Dari beberapa bentuk keluhan konsumen yang diperoleh dari kotak kritik dan saran serta juga langsung disampaikan konsumen kepada bagian informasi ataupun karyawan langsung harus dapat dibenahi secara cepat oleh pihak Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru guna mendapatkan kepuasan bagi konsumen. diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen nantinya.

Berikut data perkembangan jumlah konsumen Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru dari tahun 2018 sampai dengan 2022 sebagai berikut :

Tabel 3

Data perkembangan jumlah konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru Tahun 2018 - 2022

Tahun	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
2018	25.600	-
2019	17.600	-31,25%
2020	22.720	29,09%
2021	27.840	22,54%
2022	20.480	-26,44%

Sumber : Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, 2023

Pada tabel 3 dapat dijelaskan bahwa tahun 2018 jumlah konsumen sebanyak 25.600 orang, dan mengalami penurunan sebesar 31.25% atau sebanyak 17.600 orang pada tahun 2019, namun pada tahun 2020 peningkatan menjadi 22.720 orang konsumen atau sebesar 29.09%., ditahun 2021 kenaikan jumlah konsumen sebesar 22,54% atau menjadi 27.840 orang konsumen, pada tahun 2022 jumlah konsumen berkurang sebesar 26,44% atau hanya 20.480 orang konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru,

dikarenakan konsumen lebih tertarik dengan warung kopi lainnya yang menyediakan pelayanan dari segi fasilitas yang lengkap dan terbaru contohnya dari segi pembangunan dan tata letak kedai kopi yang strategis. Jumlah konsumen diatas diambil berdasarkan struk pembelian yang dilakukan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru.

Data dari perkembangan konsumen, berikut data pencapaian atau target dan realisasi pendapatan Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru sebagai berikut :

Tabel 4

Target dan Realisasi pendapatan penjualan pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru Tahun 2018-2022

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2018	500.000.000	407.314.322	81,46%
2019	500.000.000	312.671.531	62,53%
2020	500.000.000	561.182.306	112,24%
2021	1.000.000.000	820.003.201	82,00%

2022	1.000.000.000	725.421.442	72,54%
------	---------------	-------------	--------

Sumber : Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, 2023

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dijelaskan bahwa pencapaian target yang telah ditetapkan oleh Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru masih belum maksimal hal ini dapat dilihat pada persentase perkembangan dari tahun 2018 dari target sebesar Rp.500 juta dan teralisasi sebesar Rp.407.314.322 artinya persentase pencapaian target sebesar 81,46%. Tahun 2019 target masih tetap sebesar Rp.500 juta dan terealisasi sebesar Rp.312.671.531 artinya hanya tercapai sebesar 62,53%. Pada tahun 2020 target tetap sebesar Rp.500 Juta dan teralisasi sebesar Rp.561.182.306 artinya persentase pencapaian target menurun sebesar 112,24% dikarenakan Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru melakukan penambahan menu dengan varian baru. Sedangkan pada tahun 2021 target mengalami kenaikan sebesar Rp.1 miliar dan teralisasi sebesar Rp.820.003.201 artinya persentase pencapaian target hanya 82,%. Dan tahun 2022 target Rp. 1 miliar teralisasi hanya sebesar Rp. 725.421.442 artinya persentase pencapaian target menurun sebesar 72,54%.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru?”.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penlitian ini adalah : “Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru”.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- Bagi penulis mengembangkan wawasan dan pengetahuan yang telah dipelajari serta membandingkan teori dengan kenyataan yang ada dilapangan.
- Bagi Perusahaan

memberikan tambahan pemikiran dan sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

c. Bagi Para Pembaca

sebagai referensi dan bahan informasi yang tertarik untuk meneliti lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2015:5) bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Djaslim Saladin (2012:3) bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Sifjan Assauri (2013:12) manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program- program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Menurut Buchari Alma (2014:132) manajemen pemasaran adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan dari aktivitas pemasaran keseluruhan dari suatu perusahaan atau divisi dar perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengertian manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, mengimplementasikan dan pengendalian atau pengawasan kegiatan bisnis dan mendistribusikan barang/jasa pada suatu perusahaan agar dapat tercapainya target atau

tujuan perusahaan secara efektif dan efisien sampai ketangan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Gregorie (2010:29) kualitas adalah suatu karakteristik dari produk atau jasa yang bermanfaat untuk memuaskan kebutuhan yang bisa dijanjikan secara tertulis dari sebuah produk atau jasa tanpa adanya kesalahan atau kecacatan. Dalam Kothler dan Armstrong (2012:248) dikemukakan bahwa pelayanan adalah segala aktivitas dan berbagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak kepada pihak lain yang secara esensial jasa ini tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan atas apapun.

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau dipikirkan konsumen akan menerimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkatan harapan yang paling dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas pelayanan tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang diharapkan diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik diharapkan dapat diterima konsumen (Budi, 2013:48)..

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) Kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:282) kualitas pelayanan jasa memiliki 5 indikator pengukuran yaitu :

(1) Produk-produk fisik (*tangibles*) yaitu tersediannya fasilitas fisik,

perlengkapan, dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses pelayanan.

- (2) Empati (*emphaty*) yang meliputi sikap dan kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan , konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
- (3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk mmberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberika jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.
- (4) Daya tanggap (*responsivencess*) yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dalam memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- (5) Jaminan (*assurance*) meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk mengilangkan sifat keragu-raguan pelanggan dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

Kepuasan

Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler (Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah

harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut Pratiwi (2010:36) kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Sedangkan menurut Lovelock dan Wright dalam Januar Efendi (2016:271) kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Menurut Nugroho dalam Kurniawan dan Viska (2022:246) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya Tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran sejauh apa pelanggan melakukan pembelian lagi

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Jika keinginan wisatawan dapat diwujudkan, maka diharapkan mereka akan puas. Kepuasan mereka diharapkan dapat

menjadikan mereka loyal, (Iskandar, 2024:392).

Indikator Kepuasan

Menurut Tjiptono (2014:453) untuk mengukur kepuasan terhadap konsumen, indikator yang dipakai secara umum yaitu :

- (1) Kepuasan konsumen keseluruhan yaitu kepuasan konsumen secara keseluruhan atau jasa mereka terima dibandingkan dengan jasa para pesaing.
- (2) Kepuasan konsumen terhadap harapan yaitu menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staff pelayanan terhadap pelanggan, pada cara ini kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan kinerja aktual dari jasa yang dijual perusahaan.
- (3) Minat pembelian ulang yaitu kepuasan konsumen diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang jasa sama mereka konsumsi.
- (4) Kesiapan untuk merekomendasikan yaitu kesiapan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau sekeluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditinjau lanjuti.
- (5) Ketidakpuasan konsumen, hal ini dilihat dari beberapa aspek untuk mengetahui ketidakpuasan konsumen seperti complain yang membuat konsumen beralih ke perusahaan jasa lainnya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Menurut pendapat Juran dalam Wendri (2019:33) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat bila kualitas pelayanan yang telah diberikan dapat memenuhi keperluan pelanggan. Adapun beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut:

- (1) Kualitas pelayanan yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan

mengurangi ketidakpuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan akan mengurangi kerja ulang dan pada akhirnya angka ketidakpuasan pelanggan dapat ditekan.

- (2) Bila kualitas pelayanan menunjukkan kepuasan yang tinggi, maka akan terjadi penekanan biaya pada titik terendah dan akan menjadikan pelanggan mengurangi biaya yang dikeluarkan. Faktor-faktor yang rendah menjadikan salah satu penentu kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori yang telah dikemukakan, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*).

- (1) Variabel bebas (*Independent*) dalam penelitian ini adalah: Kualitas Pelayanan (X).
- (2) Variabel terikat (*Dependent*) dalam penelitian ini adalah: Kepuasan Konsumen (Y).

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru yang beralamat di Jalan Soekarno – Hatta No.236 RT 01 RW 4 Kelurahan Sidomulyo Timur Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru-Riau Indonesia.

Jenis dan Sumber Data

Dalam pembahasan selanjutnya sangat diperlukan data dan informasi yang lengkap, untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- (1) Data Primer

Menurut Umar (2013:42) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan, dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

- (2) Data Sekunder

Menurut Umar (2013:124) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data yang telah diolah seperti tabel, laporan kegiatan/absensi, dokumentasi serta data yang telah ada yang berhubungan dengan peneliti

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah 20.480 konsumen pada tahun 2020 yang berkunjung ke kedai kopi Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian yang menggunakan metode *Sampling Accidental*. Teknik *sampling accidental* dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai dan dipandang orang yang dijumpai tersebut cocok dijadikan sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, digunakan rumus *Slovin* yang dikutip oleh Umar (2013:78) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Besarnya populasi
e 2 : Tingkat kesalahan sebesar 10%

$$n = (N) / (1 + Ne^2)$$

$$n = 20.480 / (1+20.480 * (10)^2)$$

$$n = 20.480 / (1+(20.480 * 0,01))$$

$$n = 20.480 / (1+204,8)$$

$$n = 20.480 / 205,8$$

$$n = 99,51$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 99,51 responden digenapkan menjadi 100 responden.

Analisis Data

Metode Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013:147) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum generalisasinya.

Metode Kuantitatif

Menurut sugiyono (2015:34) metode kuantitatif digunakan apabila:

- (1) Bila masalah yang merupakan titik tolak penelitian sudah jelas.
- (2) Bila penelitian ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi.
- (3) Bila ingin diketahui pengaruh pelakuan / tereatmen tertentu terhadap yang lain.
- (4) Bila penelitian bermaksud menguji hipotesis penelitian.
- (5) Bila peneliti ingin mendapatkan data yang akurat.
- (6) Bila ingin menguji terhadap adanya keraguan-keraguan tentang validitas pengetahuan, teori, dan produk tertentu.

Interval = Nilai skor tertinggi – skor terendah
Banyak kelas

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dari nilai interval tersebut maka skala distribusi untuk rata-rata jawaban responden dapat dilihat dari table sebagai berikut:

Tabel 5
Skala Likert

Interval Kelas	Klasifikasi jawaban	Skor
1,00 – 1,80	Sangat tidak setuju	1
1,81 – 2,60	Tidak setuju	2
2,61 – 3,40	Cukup setuju	3
3,41- 4,20	Setuju	4
4,21 – 5,00	Sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono (2012:93)

Uji Instrumen

Uji Validitas

Pengujian validitas adalah pengujian yang ditunjukkan untuk mengetahui suatu data dapat dipercayai kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono (2014:121) menyatakan bahwa: “Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Kriteria pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dasar pengambilan pada uji validitas ini yaitu: Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ Maka butir instrument dinyatakan valid. dan Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ Maka butir instrument dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative dan konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Dengan kata lain, realibilitas menunjukkan konsisten suatu alat pengukur didalam mengikat gejala yang sama. Menurut Arikunto (2016:171) pada program SPSS, dilakukan metode Croanbach Alpha, dinamakan kuesioner dikatakan reliable jika nilai Croanbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variable berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variable lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Jika pada garis P-plot terlihat data menyebar didekat garis, dan arah penyebarannya juga mengikuti garis diagonal maka dapat dinyatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014:270) regresi sederhana adalah didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variable independen dengan satu variable dependen.

Rumus : $Y = a + bX$

Keterangan : a = Konstan

b = Koefisien Regresi

Y = Kepuasan Konsumen

X = Kualitas Pelayanan

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2013:98), uji / digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variable independen secara individu terhadap variable. Uji / adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variable independen terhadap variable dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Kriteria pengujian hipotesis melalui uji t: Ho diterima, jika t

hitung < tabel dan Ha ditolak, jika t hitung > tabel. Kriteria pengujian hipotesis berdasar signifikan: Ho diterima, jika signifikan > 0,05 dan Ha ditolak, jika signifikan < 0,05.

Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel dependen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen.

HASIL PENELITIAN

Hasil deskripsi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,67 dan variabel Kepuasan sebesar 3,84 maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa memiliki kriteria setuju.

Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan metode *Corrected Item-Total Correlation*, nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel dicari dengan signifikansi 0,05 dengan jumlah data $(n-2) = 100-2 = 98$, maka $r_{tabel} 0,197$

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas	X_1	0.534	0,197	Valid
	X_2	0.746	0,197	Valid
	X_3	0.678	0,197	Valid
	X_4	0.754	0,197	Valid
	X_5	0.733	0,197	Valid

Pelayanan (X)	X_6	0.578	0,197	Valid
	X_7	0.697	0,197	Valid
	X_8	0.632	0,197	Valid
	X_9	0.562	0,197	Valid
	X_10	0.442	0,197	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	Y_1	0.717	0,197	Valid
	Y_2	0.832	0,197	Valid
	Y_3	0.722	0,197	Valid
	Y_4	0.775	0,197	Valid
	Y_5	0.742	0,197	Valid
	Y_6	0.711	0,197	Valid
	Y_7	0.669	0,197	Valid
	Y_8	0.613	0,197	Valid
	Y_9	0.632	0,197	Valid
	Y_10	0.644	0,197	Valid

Sumber: Hasil Uji Olah Data SPSS, 2020

Pada table 6 diatas, kolom item pernyataan akan dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung > r tabel. Hasil uji dengan SPSS versi 20 menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki r hitung > 0,197 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh

item pernyataan ke dua variabel dinyatakan valid.

Regresi Linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan arah hubungan yang linier antara variabel bebas terhadap variabel terikat.:

Tabel 7
Analisis Regresi Linier sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.547	2.598		2.135	.035
	Kualitas Pelayanan	.895	.070	.789	12.711	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data olahan, 2022

Berdasarkan tabel 7 diperoleh persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut : $Y = 5,547 + 0,895X$

Dari persamaan regresi menunjukkan koefisien regresi dari b, bernilai positif. Hal ini menunjukkan variabel-variabel bebas apabila ditingkatkan persamaannya akan menimbulkan peningkatan pula pada variabel terikatnya, seperti:

a. Konstanta sebesar 5,547, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan kerja (Y) nilainya positif yaitu sebesar 5,547.

b. Nilai Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,895 menunjukkan bahwa setiap perubahan kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan berubah naik sebesar 0,895 satuan atau 89,5% dari perubahan variabel kualitas pelayanan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka dapat ditarik suatu kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu :

(1) Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif pada variabel kualitas pelayanan pada Coffeeshop XYZ Kota

Pekanbaru, ditemukan tanggapan responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,67 termasuk dalam kategori setuju sedangkan pada variabel kepuasan konsumen berada pada kategori setuju dengan nilai rata-rata sebesar 3,84.

- (2) Berdasarkan hasil persamaan regresi linear sederhana diperoleh konstanta sebesar 5,547, artinya jika variabel kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen nilainya positif yaitu sebesar 5,547. Nilai Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,895 menunjukkan bahwa setiap perubahan kenaikan variabel kepuasan kerja sebesar 1 satuan, maka kepuasan kerja akan berubah naik sebesar 0,895 satuan atau 89,5% dari perubahan variabel kualitas pelayanan.
- (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, hal ini terbukti berdasarkan uji t ditemukan t-hitung lebih besar dari t-tabel ($12,711 > 1,984$).
- (4) Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan kerja, adalah sebesar 0,622 (62,2%) hal ini terbukti berdasarkan hasil uji determinasi dimana diperoleh nilai R² sebesar 0,622.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas, penulis dapat menyampaikan beberapa saran yang nantinya dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru, diantaranya sebagai berikut :

- (1) Diharapkan agar perusahaan memperhatikan pada karyawan Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru memiliki keahlian dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan karena ini mendapatkan tanggapan terendah dari responden.
- (2) Diharapkan kepada perusahaan memperhatikan agar konsumen dapat atau akan merekomendasikan kepada teman dan kerabat tentang Coffeeshop XYZ Kota Pekanbaru karena ini mendapat tanggapan terendah dari responden.

- (3) Bagi peneliti selanjutnya, agar menambah variabel lain seperti promosi penjualan, marketing mix, bauran pemasaran dan lain sebagainya untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2018, manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Cetakan Ke-13, CV. Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, S. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta : Rineka Cipta.
- Daryanto, 2011, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Satu Nusa Studio, Bandung
- Djaslim Saladin. 2012. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian, Linda karya, Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2014. Service Management Mewujudkan Layanan Prima, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Husein Umar. 2013, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Iskandar, I. 2024. Dampak Kinerja Pengelola Berdasarkan Kepuasan Wisatawan. Jurnal Daya Saing, 10(2), 388-393.
- Januar, dan Yulianti, 2016, Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung, Vol 11 No.2 September 2016.
- Konsumen Bis Transjakarta di Terminal Kampung Melayu. Universitas Indraprasta PGRI Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. Global Edition, Person Education, Harlow.
- Kotler, Philip Keller Kevin Lane. 2015 Manajemen Pemasaran, ed. tiga belas, alih bahasakan: Benyamin Molan, Bahasa Indonesia PT. Indeks, Jakarta.
- Kurniawan, T. R., & Viska, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PABRIK TAHU CV. MAKMUR DI PEKANBARU. *Eko dan*

- Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 13(3), 242-254
- Lestari, Suci, 2016, Jurnal Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Siti Khadijah Palembang. UIN Raden Fatah Palembang
- Lupiyoadi,R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat Prasetio Ariwibowo (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
- Riduwan. 2016. Dasar-Dasar Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Ronaldo, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Grand Central Bangunan Pekanbaru, STIE Riau
- Stanton, William J. 2011. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Yazid. 2018. Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: Ekonisia.