

Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sg Bilah Hulu

Silvana Yuli Ardila^{1✉}, Pristiyo², Muhammad Yasir Arafat Pohan³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

Abstrak

Riset ini bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap beragam aspek mutu layanan di Kafe SG Bilah Hulu, yang meliputi sikap ramah dari staf, kecepatan pelayanan, kebersihan area, kenyamanan sarana, serta keselarasan antara biaya dan kualitas layanan. Sebanyak 88 partisipan dijadikan sebagai sampel yang dipilih dari populasi berjumlah 700 orang dengan menggunakan perhitungan Slovin (10%). Informasi dikumpulkan melalui angket dan dianalisis memakai perangkat lunak IBM SPSS versi 26 dengan menggunakan beberapa metode analisis, seperti uji alat ukur penelitian, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Temuan studi ini menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan antara tiap-tiap dimensi mutu pelayanan dengan kepuasan pelanggan, yang dibuktikan melalui nilai koefisien korelasi sebesar 0,887. Hal ini menandakan bahwa mutu layanan berperan kuat dan bermakna dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

Abstract

This study aims to assess customer satisfaction levels with various aspects of service quality at SG Bilah Hulu Café, including staff friendliness, speed of service, cleanliness of the area, comfort of facilities, and the balance between cost and service quality. A total of 88 participants were selected as the sample from a population of 700 individuals using the Slovin calculation (10%). Data was collected through a questionnaire and analyzed using IBM SPSS software version 26, employing several analytical methods, including research instrument validity testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The findings of this study indicate a significant correlation between each dimension of service quality and customer satisfaction, as evidenced by a correlation coefficient of 0.887. This indicates that service quality plays a strong and meaningful role in shaping overall customer satisfaction levels.

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction.*

Copyright (c) 2025 Silvana Yuli Ardila

✉ Corresponding author :

Email Address : silvanayuliardila1010@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam industri jasa seperti kafe dan restoran, kepuasan pelanggan memegang peran penting sebagai indikator keberhasilan bisnis yang berfokus pada kualitas pelayanan. Dalam studi (Abram dkk., 2023) Kepuasan pelanggan mendorong perilaku pembelian berulang dan

meningkatkan kemungkinan mereka untuk merekomendasikan kafe kepada pihak lain, baik secara personal maupun melalui media sosial melalui mekanisme word of mouth. Tentunya pernyataan ini tidak sekedar isapan jempol saja melainkan sebuah kebenaran dalam konsep pemasaran bahwa menjaga kepuasan konsumen merupakan cara paling hemat dalam promosi dibandingkan harus meningkatkan periklanan sehingga meningkatkan biaya iklan yang tinggi. Salah satu strategi untuk menjaga keberlangsungan perusahaan adalah dengan memberikan kepuasan kepada konsumen jasa Menurut (Ummah, 2019).

Salah satu usaha kafe dan resto yang memperhatikan aspek kepuasan konsumen adalah Kafe SG yang terletak di Kantor Camat Aek Nabara merupakan singkatan dari Sunggul yang merupakan nama pemilik. Kehadiran Kafe SG ini sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mendambakan adanya kafe modern yang ada didaerah sehingga masyarakat di Kecamatan Bilah Hulu atau Aek Nabara tidak perlu jauh-jauh hanya untuk sekedar nongkrong ke tempat lain. Konsep desain interior dan eksterior kafe SG hampir memiliki kemiripan dengan kafe modern sehingga kesan modern menjadi daya tarik dan bangunan fisik ikut serta menjadi keunggulan kafe SG. Namun demikian, dalam praktek bisnis jasa kuliner harus memperhatikan semua aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kemajuan bisnis jasa di Café SG perlu diiringi dengan perbaikan mutu layanan serta peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila karyawan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021). Konsumen yang kembali melakukan pembelian atau tetap loyal terhadap suatu produk menandakan bahwa mereka merasa puas dengan layanan yang telah diterima. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep praktik pemasaran merupakan bagian penting dalam mencapai tujuan utama aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan merujuk pada penilaian subjektif seseorang terhadap tingkat kesesuaian antara harapan yang dimilikinya dengan realitas produk atau layanan yang diterima. Ketika pelayanan yang diberikan berkualitas baik dari segi sikap, kecepatan, kenyamanan, maupun ketepatan maka hal tersebut cenderung mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen, sehingga menghasilkan rasa puas terhadap pengalaman yang mereka alami (Taroreh dkk., 2023). Kepuasan konsumen terjadi ketika keinginan, harapan, dan kebutuhan mereka dapat dipenuhi secara optimal. Pelayanan dianggap memuaskan apabila mampu menjawab ekspektasi serta kebutuhan pelanggan tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan respons emosional yang timbul saat individu menilai merasa terpenuhi ataupun tidak terpenuhi terhadap komoditas maupun pelayanan yang ia terima (Wahyuni dkk., 2022). Orang akan menganggap kualitas itu baik jika sesuai dengan harapan mereka. Tapi kalau harapan mereka tidak terpenuhi, mereka tetap bisa menilai kualitasnya rendah, meski sebenarnya layanan atau produk tersebut bagus (Djatola & Hilal, 2023). Kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen yang muncul setelah membandingkan layanan yang diterima dengan harapan mereka; ketika pelayanan selaras atau bahkan melampaui harapan, sehingga dipandang bermutu serta memberikan kepuasan (Purba dkk., 2023). Lebih lanjut, (Cornela dkk., 2022) menyatakan bahwa perusahaan memanfaatkan kualitas pelayanan sebagai strategi kompetitif untuk menciptakan keunggulan dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Fenomena yang mendukung penelitian ini adalah kondisi kafe SG berada di lokasi yang tempat dekat dengan kantor pemerintahan kecamatan, namun dari kondisi sepanjang operasional jumlah pengunjung tetap belum meningkatkan sebagaimana tempat yang ramai tentunya akan berdampak pada sekitarnya. Selain itu, ketidakpuasan konsumen terhadap kafe SG belum tampak signifikan karena sejauh ini keluhan konsumen terkait pelayanan dan sebagainya belum menerima detail terkecuali kesalahan dalam pemesanan. Dari kesemua hal tersebut, dalam industri jasa memperhatikan dan menjaga kepuasan konsumen merupakan hal yang penting.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mutu pelayanan memiliki keterkaitan erat dengan konsumen, karena kualitas pelayanan menjadi tolok ukur yang bersifat abstrak atau tidak berwujud. Oleh karena itu, Kualitas pelayanan mampu menentukan tingkat keunggulan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Menurut (Jufriyanto, 2020), Pengukuran kualitas layanan di bidang jasa umumnya mengacu pada lima aspek utama, meliputi: bukti fisik, kecepatan tanggap, keandalan, jaminan, serta perhatian atau empati. Maksud dari riset ini adalah untuk mengevaluasi level kepuasan pelanggan dengan mengacu pada berbagai aspek pelayanan, seperti sikap ramah staf, kecepatan dalam memberikan layanan, kebersihan area, kenyamanan fasilitas, serta keseimbangan antara harga dan kualitas layanan. Dengan studi ini, diharapkan bisa diraih wawasan yang lebih menyeluruh terkait pandangan konsumen terhadap pelayanan di Cafe SG Bilah Hulu, sekaligus menghasilkan strategi yang dapat diterapkan oleh manajemen untuk meningkatkan mutu layanan guna mencapai daya saing dan kepuasan pelanggan yang optimal.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melihat pengaruh antara dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y). Penelitian ini dilakukan di Kafe SG Bilah Hulu yang berada di Aek Nabara, Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhan Batu.

Tabel 1. Data Konsumen

No	Waktu Observasi	Jumlah Konsumen
1	Oktober	170
2	November	230
3	Desember	300
	Jumlah	700

Populasi pada studi tersebut meliputi semua pelanggan yang berkunjung ke Kafe SG Bilah Hulu. Total sampel yang dipakai sejumlah 88 partisipan, yang didapat menurut kalkulasi memakai formula Slovin.

$$n = \frac{N}{1+(N.e)^2} = \frac{700}{1+700(0,1)^2} = 87,5 \rightarrow 88 \text{ sampel}$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- 1 = konstanta
- e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance* sebesar 0,10 atau 10%)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Validitas instrumen pada penelitian ini diperiksa memakai rumus Korelasi Product Moment. Jika nilai r empiris melampaui nilai r acuan, maka item itu dianggap valid pada level keyakinan 95 persen ($\alpha = 0,05$). Dengan total partisipan sejumlah 88 individu, nilai r acuan yang dipakai ialah senilai 0,2096.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Bukti Fisik	X1.1	0,2096	0,501	Valid
	X1.2	0,2096	0,665	Valid
	X1.3	0,2096	0,739	Valid
	X1.4	0,2096	0,619	Valid
	X1.5	0,2096	0,618	Valid
Kehandalan	X2.1	0,2096	0,763	Valid
	X2.2	0,2096	0,808	Valid
	X2.3	0,2096	0,665	Valid
Daya Tanggap	X3.1	0,2096	0,635	Valid
	X3.2	0,2096	0,830	Valid
	X3.3	0,2096	0,866	Valid
	X3.4	0,2096	0,675	Valid
Jaminan	X4.1	0,2096	0,542	Valid
	X4.2	0,2096	0,836	Valid
	X4.3	0,2096	0,753	Valid
	X4.4	0,2096	0,690	Valid
Perhatian	X5.1	0,2096	0,812	Valid
	X5.2	0,2096	0,750	Valid
	X5.3	0,2096	0,846	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,2096	0,629	Valid
	Y1.2	0,2096	0,752	Valid
	Y1.3	0,2096	0,870	Valid
	Y1.4	0,2096	0,743	Valid

Berdasarkan tabel sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir yang dipakai selaku alat penilaian pada riset ini ternyata sah sebab skor r hitung melampaui skor r tabel.

Uji Reliabilitas

Agar dapat menentukan apakah kuesioner tersebut reliabel atau tidak, perlu dilakukan penghitungan nilai Cronbach's alpha. Kuesioner dianggap handal jika nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,6.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach`s Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,618	Reliabel
Kehandalan	0,604	Reliabel
Daya Tanggap	0,747	Reliabel
Jaminan	0,663	Reliabel
Perhatian	0,717	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,741	Reliabel

Berdasarkan tabel sebelumnya, tampak bahwa skor Cronbach's alpha untuk variabel bebas dan terikat melebihi angka 0,6, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel tersebut telah andal dan proses analisis berikutnya dapat dilanjutkan.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov (K-S). Penentuan hasil pengujian didasarkan pada nilai signifikansi (p-value), di mana apabila p-value melebihi 0,05, maka data dinyatakan memiliki distribusi normal.

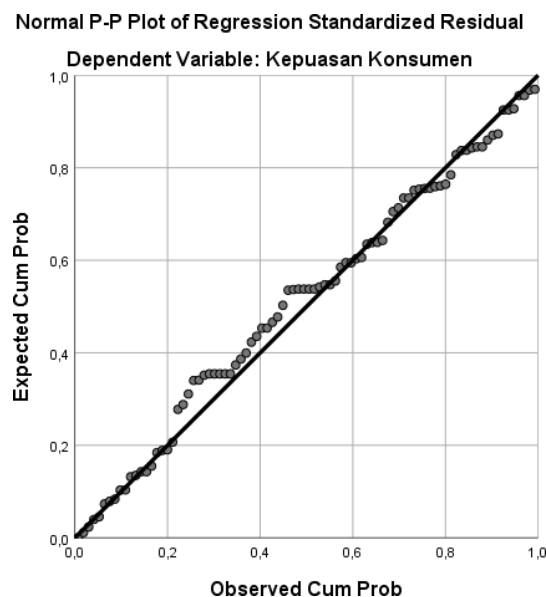
Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14734796
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,040
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,150 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel sebelumnya, tampak bahwa data dalam studi ini memiliki distribusi yang normal. Bukti dari hal tersebut terlihat pada nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,150, yang melampaui batas signifikansi 0,05 ($0,150 > 0,05$), sehingga data penelitian memenuhi asumsi kenormalan.

Selain itu, normalitas data juga dapat diperiksa menggunakan plot normal yang dihasilkan oleh software SPSS 26. Kondisi data dianggap normal jika kurva P-plot menunjukkan distribusi yang mendekati garis lurus dan titik-titiknya tersebar di sekitar garis diagonal. Kurva P-plot tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

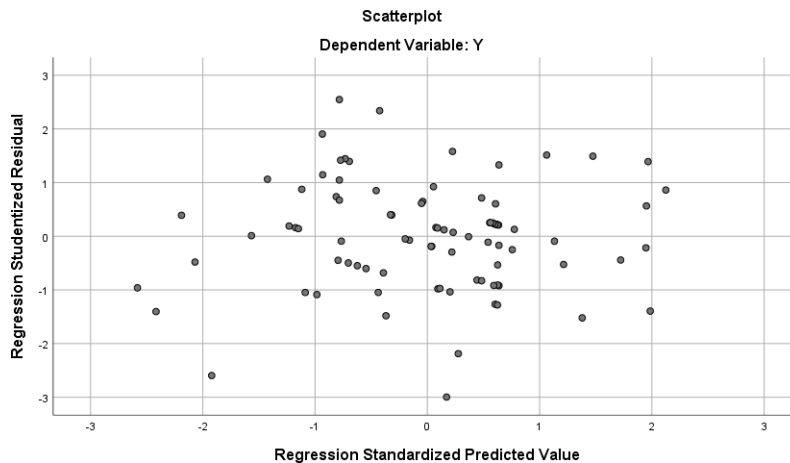


Gambar 1. Kurva P-Plot

Diagram norma P-plot menunjukkan bahwa poin-poin tersebar di sekeliling dan menelusuri bentuk lintasan miring. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa informasi yang didapatkan mempunyai sebaran wajar.

Uji Heteroskedastisitas

Pemeriksaan ketidakkonsistenan varian dapat dilaksanakan lewat Diagram Sebaran Titik maupun dengan menggunakan angka taksiran atas peubah dependen (SRESID) serta kesalahan sisa (ZPRED).



Gambar 2. Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Mengacu pada gambaran terdahulu, terlihat bahwa titik pengamatan tersebar di bagian atas maupun bawah angka nol di garis tegak dan tidak memperlihatkan corak yang teratur. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa tidak ditemukan tanda-tanda kemunculan masalah ketidakteraturan varians residual.

Uji Multikolinearitas

Penentuan output pengujian tersebut mengacu pada angka toleransi serta VIF. Apabila nilai toleransi lebih besar dari 0,1 serta VIF kurang dari sepuluh, sehingga bisa disimpulkan tidak ditemukan tanda-tanda masalah hubungan antarvariabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	9,747	,614		15,884	,000		
	X1	,460	,055	,714	8,405	,000	,693	1,442
	X2	,270	,045	,417	5,983	,000	,515	1,942
	X3	,247	,060	,403	4,146	,000	,589	1,699
	X4	,266	,039	,313	6,807	,000	,551	1,815
	X5	,666	,045	,584	14,932	,000	,710	1,408

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai tolerance untuk setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF untuk masing-masing variabel kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas, sehingga pengujian hipotesis dalam penelitian dapat diteruskan.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	9,747	,614		15,884	,000
	X1	,460	,055	,714	8,405	,000
	X2	,270	,045	,417	5,983	,000
	X3	,247	,060	,403	4,146	,000
	X4	,266	,039	,313	6,807	,000
	X5	,666	,045	,584	14,932	,000

a. Dependent Variable: Y

Variabel dependen dalam regresi ini adalah Y, sedangkan variabel independennya meliputi X1, X2, X3, X4, dan X5. Model regresi yang diperoleh dari hasil analisis tersebut adalah

$$Y = 9,747 + 0,460X1 + 0,270X2 + 0,247X3 + 0,266X4 + 0,666 + e$$

Uji T

Pengujian t dimanfaatkan guna menilai apakah setiap faktor bebas, yakni X1, X2, X3, X4, serta X5, memiliki dampak secara parsial terhadap faktor terikat Y. Dugaan awal dianggap benar apabila angka t yang diperoleh melebihi nilai t acuan serta tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Nilai t-tabel dalam penelitian ini diperoleh dari:

$$t = (a/2 ; n-k)$$

$$t = (0,05/2 ; 88 - 6)$$

$$t = 0,025 ; 82$$

$$t = 1,989$$

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh temuan sebagai berikut:

- 1) X1 menunjukkan nilai t-hitung sebesar 8,405 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($8,405 > 1,989$) dan signifikansi berada di bawah 0,05, maka X1 secara individu terbukti berpengaruh signifikan terhadap Y.
- 2) Untuk X2, diperoleh t-hitung sebesar 5,983 dan signifikansi 0,000. Karena t-hitung melebihi nilai t-tabel ($5,983 > 1,989$) dan signifikansi berada di bawah batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa X2 secara parsial berdampak secara signifikan terhadap Y.
- 3) X3 menghasilkan t-hitung sebesar 4,146 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai t-hitung lebih tinggi daripada t-tabel ($4,146 > 1,989$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka X3 memiliki kontribusi yang berarti terhadap Y.
- 4) Nilai t-hitung untuk X4 adalah 6,807, dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6,807 > 1,989$) dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka variabel X4 secara individual memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Y.
- 5) X5 memperoleh t-hitung sebesar 14,932 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena t-hitung melampaui t-tabel ($14,932 > 1,989$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka X5 secara parsial terbukti memiliki pengaruh yang nyata terhadap Y.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel, yaitu X1, X2, X3, X4, dan X5, secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji F

Nilai F-tabel dalam penelitian ini diperoleh dari:

$$\begin{aligned}\text{df untuk pembilang} &= \text{df (N1)} = k - 1 \\ &\text{df (N1)} = 6 - 1 \\ &\text{df (N1)} = 5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{df untuk penyebut} &= \text{df (N2)} = n - k \\ &\text{df (N2)} = 88 - 6 \\ &\text{df (N2)} = 82\end{aligned}$$

Dengan demikian, nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,33. Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	636,286	5	127,257	131,461	,000 ^b
	Residual	81,314	84	,968		
	Total	717,600	89			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X1, X3

Merujuk pada temuan pengujian memakai SPSS, didapatkan angka F-hitung senilai 131,461 yang melebihi F-table sebesar 2,33, dan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari ambang 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas X1 hingga X5 secara bersamaan memberikan dampak berarti kepada variabel terikat Y.

1. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,880	,98388

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X4, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Mengacu pada data terdahulu, terlihat bahwa koefisien determinasi senilai 0,887 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan kontribusi terhadap variabel dependen sebesar 0,887 atau 88,7%. Sementara 11,3% lainnya disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam kajian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana dimensi kualitas pelayanan yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian memengaruhi Kepuasan Konsumen di Kafe SG Bilah Hulu. Hasil analisis memperlihatkan bahwa kelima variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun bersama-sama. Berikut ini adalah pembahasan dari setiap hipotesis:

H1 : Ada pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Variabel Bukti Fisik (X1) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sebagaimana terlihat dari nilai t-hitung sebesar 8,405 dengan tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini memberikan gambaran bahwa elemen-elemen fisik, seperti desain bangunan, ketersediaan sarana-prasarana, pemanfaatan teknologi penunjang, serta penampilan staf, memainkan peran yang substansial dalam menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Konsumen menilai bahwa desain bangunan yang menarik, fasilitas nyaman seperti tempat duduk, pencahayaan, dan toilet, serta teknologi seperti sistem pembayaran non-tunai dan Wi-Fi, memberikan pengalaman yang menyenangkan. Penampilan karyawan yang rapi dan profesional juga memberikan kesan awal yang positif. Secara keseluruhan, bukti fisik yang baik mencerminkan kualitas serta komitmen pengelola kafe dalam memberikan pelayanan terbaik.

Hasil ini sejalan dengan temuan (Utari dkk., 2023), yang menyatakan bahwa dimensi bukti fisik memberikan pengaruh parsial yang bermakna terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Apriyani, d & sunarti, 2017) juga mendukung hal ini, dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa aspek tampilan fisik berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan dalam studi mereka di The Little A Coffee Shop Sidoarjo.

H2 : Ada pengaruh antara kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Variabel Kehandalan (X2) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,983 dengan signifikansi 0,000, yang mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kehandalan diukur melalui aspek kecepatan pelayanan, ketepatan waktu penyajian, rendahnya kesalahan dalam pelayanan, serta sikap empati terhadap pelanggan.

Kehandalan memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Konsumen merasa puas ketika pesanan mereka tiba tepat waktu, sesuai dengan harapan, dan bebas dari kesalahan. Selain itu, sikap empati, seperti memahami pelanggan yang sedang terburu-buru atau memiliki kebutuhan khusus, menjadi nilai tambah. Konsumen sangat menghargai pelayanan yang konsisten dan profesional.

Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh (Onata & Mukaram, 2023), yang menemukan bahwa keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di The Little A Coffee Shop, Kota Sidoarjo, berdasarkan hasil uji t. Temuan serupa juga diperoleh dalam studi (Afan Zaini, 2022), yang menunjukkan bahwa keandalan (X2) berperan besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Y) di Warung Bek Mu 2, Banjaranyar, Paciran, Lamongan.

H3 : Ada pengaruh antara daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Variabel Daya Tanggap (X3) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,146 dengan signifikansi 0,000, yang berarti variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Ini menandakan bahwa kecepatan dan kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan, menyampaikan informasi, serta merespons keluhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap seberapa puas pelanggan merasa.

Pelayanan yang cepat, jelas, dan sigap—seperti saat karyawan menjelaskan pilihan menu secara rinci, menjawab pertanyaan pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami, atau segera menangani keluhan—memberikan kenyamanan tersendiri bagi konsumen. Ketika pelanggan merasa dilayani dengan baik, didengar, dan dimengerti, maka mereka cenderung merasa lebih dihargai dan puas. Respon yang cepat terhadap kebutuhan dan

masalah pelanggan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan.

Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian (Toleu dkk., 2017), yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Suka Ramai, Kota Kupang. Selain itu, studi serupa oleh (Ummah, (2019), juga menunjukkan bahwa responsivitas berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum.

H4 : Ada pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Variabel Jaminan (X4) memperoleh nilai t-hitung sebesar 6,807 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya, jaminan yang diberikan dalam pelayanan seperti sikap sopan karyawan, kemampuan berkomunikasi dengan baik, serta pengetahuan yang dimiliki tentang produk dan layanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sikap ramah dan penghargaan terhadap pelanggan, baik melalui ucapan maupun bahasa tubuh, sangat berpengaruh pada kenyamanan dan rasa aman saat berinteraksi. Komunikasi yang efektif, termasuk kemampuan mendengarkan dan menjelaskan produk, serta penguasaan informasi mengenai menu dan sistem pelayanan, membangun kepercayaan. Konsumen cenderung merasa lebih puas ketika mereka yakin dilayani oleh tenaga yang kompeten dan profesional.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suatmodjo & Angelin, 2017), yang menunjukkan bahwa jaminan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Café Zybrick Coffee & Cantina. Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa jaminan dalam pelayanan merupakan unsur penting dalam membentuk pengalaman konsumen yang memuaskan. Penelitian lain oleh (Muzammil dkk., 2024), juga menunjukkan hal serupa, bahwa jaminan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cafe & Resto Steak, Jakarta Selatan.

H5 : Ada pengaruh antara perhatian terhadap kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Variabel Perhatian (X5) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 14,932 dengan signifikansi 0,000, yang mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Perhatian ini mencakup ketulusan dalam melayani, pendekatan personal kepada pelanggan, kepekaan terhadap kebutuhan mereka, serta kemampuan mengendalikan diri saat membantu pelanggan.

Pelanggan sangat menghargai pelayanan yang bersifat pribadi dan penuh empati. Saat karyawan menunjukkan perhatian yang tulus, bukan sekadar formalitas misalnya dengan mengingat pesanan pelanggan tetap, menawarkan bantuan dengan sepenuh hati, atau menyapa secara ramah hal ini meninggalkan kesan yang mendalam. Kepekaan dan pengendalian emosi karyawan dalam menghadapi berbagai situasi pelanggan juga menjadi faktor penting dalam memberikan pelayanan terbaik. Oleh karena itu, perhatian menjadi faktor utama dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen.

Kajian yang dilaksanakan oleh (Apriyani, d & sunarti, 2017), urut mengindikasikan temuan yang sejenis, di mana pengujian *t* memperlihatkan bahwa aspek empati atau kepedulian (X5) berkontribusi secara nyata terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada The Little A Coffee Shop, Sidoarjo. Hasil ini sebanding dengan temuan studi milik (Hastono & Diana, 2021) yang menegaskan bahwa secara terpisah terdapat dampak yang menguntungkan dan berarti antara unsur empati terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Pepper Lunch, gerai Central Park, Jakarta Barat. Kedua studi tersebut menegaskan bahwa rasa peduli serta

perhatian kepada konsumen merupakan elemen utama dalam mewujudkan kepuasan pelanggan.

H6 : Ada pengaruh antara bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Kafe SG Bilah Hulu

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji F, diperoleh F-hitung sebesar 131,461 yang nilainya jauh melampaui F-tabel sebesar 2,33, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa kelima variabel yang dikaji dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh satu aspek pelayanan saja, melainkan merupakan hasil gabungan dari seluruh komponen layanan yang diberikan secara terpadu.

Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) yang mencapai 0,887 menunjukkan bahwa sebesar 89% variasi atau perubahan dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh lima variabel bebas yang diteliti. Adapun sisanya, yakni sebesar 11%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini, seperti harga produk, rasa makanan, strategi pemasaran, maupun kondisi eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak kafe, seperti cuaca atau suasana lingkungan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adolph, 2016), yang menemukan bahwa keseluruhan dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Hotel Yusro, Jombang. Hal yang sama juga terlihat dalam penelitian (Ishak & Maharani, 2020), di mana hasil analisis menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut telah diterapkan dengan baik oleh Coffee Toffee Post Shop Bogor. Selain itu, analisis deskriptif dan inferensial dalam studi tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan uji korelasi, kelima aspek dalam dimensi kualitas layanan yaitu tampilan fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, serta empati terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe SG Bilah Hulu, baik secara individu (parsial) maupun secara keseluruhan (simultan). Hal ini menandakan bahwa setiap elemen layanan berkontribusi dalam membentuk pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Lebih lanjut, nilai korelasi sebesar 0,887 mencerminkan adanya hubungan yang sangat kuat antara mutu pelayanan secara keseluruhan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan oleh pelanggan di kafe tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi komponen utama yang menentukan keberhasilan dalam membangun loyalitas dan kenyamanan pelanggan di lingkungan usaha kuliner seperti Kafe SG Bilah Hulu.

Referensi :

- Abram, T. B. B., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Productivity*, 4(1), 1-5.
- Adolph, R. (2016). *济無No Title No Title No Title*. 1, 1-23.
- Afan Zaini, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen "Warung Bek Mu 2" Banjarnayar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.
- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal*

Administrasi Bisnis (Jab), 51(2), 1–7.

- Djatola, H. R., & Hilal, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 112. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.139>
- Hastono, H., & Diana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Fasta Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pepper Lunch Cabang Central Park Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 163. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11030>
- Ishak, R. P., & Maharani, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coffee Toffee Post shop Bogor. *Jurnal Aplikasi*, 3(1), 17–34.
- Jufriyanto, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *Matrik*, 20(2), 79. <https://doi.org/10.30587/matrik.v20i2.1131>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Muzammil, V. K., Muzammil, M., Alfitri, N., & Vicky F. Sanjaya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Onata, I., & Mukaram. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Suatmodjo, & Angelin, F. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CAFÉ ZYBRICK COFFEE & CANTINA. *Agora*, 5(2), 1–2.
- Taroreh, S. F., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe K7 di Amurang Kabupaten Minahasa Selatan selama masa New Normal. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1354–1364. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52477>
- Toleu, M. J., Messakh, A. B., & Bessie, J. L. . (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Rumah Makan Suka Ramai Kota Kupang). *OF Management Administrasi Bisnis Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia*, 5(2), 139–154.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Universitas Labuhanbatu). *JOEL (Journal of Educational and Language Research)*, 1(11), 1669–1676.