

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Lokal.Fest Coffee And Eatery Turen – Malang)

Aan Yudha Pratama

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Dosen Pembimbing :

Ainur Rofiq, Skom, SE, MM, Ph.D

ABSTRAK

Tujuan penelitian dilakukan 1) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan 2) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan 3) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan 4) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan 5) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Lokal.Fest Coffee And Eatery Turen dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 1) Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 2) Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 3) Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 4) Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 5) Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kafe Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen Malang

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN

PELANGGAN
(Studi Pada Lokal.Fest Coffee And Eatery Turen – Malang)

Aan Yudha Pratama

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Dosen Pembimbing :

Ainur Rofiq, Skom, SE, MM, Ph.D

ABSTRAK

Tujuan penelitian dilakukan 1) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan 2) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan 3) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan 4) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan 5) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Lokal.Fest Coffee And Eatery Turen dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 1) Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 2) Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 3) Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 4) Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen 5) Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kafe Lokal.Fest Coffee and Eatery Turen Malang

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan cara utama bagi perusahaan untuk mampu bersaing dalam sektor usaha jasa pelayanannya dapat diketahui

dengan membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan atau inginkan, berdasarkan pengamatan pada dimensi kualitas pelayanan tersebut diabaikannya kualitas pelayanan dalam kegiatan pemasaran perusahaan jasa dapat berakibat pada ketidakpuasan pelanggan yang dapat merugikan pihak perusahaan itu sendiri. Semakin disadari bahwa pelayanan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan maka tidaklah gampang mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh karena pelanggan semakin terdidik dan menyadari akan hak-haknya. Oleh karena itu pengusaha hotel harus berusaha untuk dapat meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari akan lebih baik.

Pemberian pelayanan yang berkualitas bertujuan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman, (1988), terdapat beberapa variabel dari kualitas pelayanan antara lain *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability*. Variabel-variabel ini menentukan tingkat kepuasan dari para pelanggan. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Pelayanan yang (*responsiveness*) atau cepat tanggap merupakan suatu bentuk pelayanan yang diharapkan oleh para pelanggan. Penyedia jasa yang mampu tanggap terhadap kebutuhan pelanggan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Pelayanan yang *responsive* juga sangat dipengaruhi oleh sikap, salah satunya adalah tanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan.

Jaminan (*assurance*) pelanggan akan perasaan puas terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Melalui adanya jaminan bahwa pelayanan yang mereka terima sesuai dan dilakukan oleh sumberdaya manusia yang kompeten dibidangnya, jaminan pada akhirnya akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang memilih dan mengonsumsi suatu jasa (Kotler, 2002). Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sama dengan harapan, pelanggan merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas atau bahagia.

Bentuk fisik (*tangible*) seperti gedung, peralatan dan penampilan fisik dari seluruh karyawan merupakan bentuk nyata dan terlihat. Pelanggan akan merasa puas jika penyedia jasa menyediakan pelayanan sangat nyaman. Hal pertama pelanggan akan melihat tampilan fisik dari satu penyedia jasa. Karena penampilan akan memberikan gambaran kepada pelanggan bahwa suatu penyedia jasa akan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas.

Empati (*empathy*) memberikan peluang yang besar bagi penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sangat baik, terkadang sesuatu yang tidak

diharapkan pelanggan ternyata diberikan oleh perusahaan. Pelayanan empati dapat menciptakan kepuasan pelanggan, oleh karenanya jenis kualitas layanan ini memerlukan suatu dukungan dari karyawan dalam memahami bentuk kebutuhan yang spesifik dari pelanggan. Pelayanan yang handal (*reliability*) ditentukan oleh penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Pelayanan yang dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan yang ditawarkan menandakan kinerja penyedia jasa yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan.

Beberapa penelitian juga mengungkapkan hubungan dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Pertama, Anggraini (2016) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan yang signifikan dan positif pada variabel faktor psikologis dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2006) dimana dari hasil menunjukkan terdapat hubungan yang pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel independent (kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sementara diantara *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability*, variabel jaminan (*assurance*) yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan dengan pembagian variabel kepuasan pelanggan yang lainnya.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah di Fest Coffe and Eatery Turen Malang, salah satu cafe di kota Malang yang beralamat di Jl. Pangliman Sudirman Turen Malang. Fest Coffee and Eatery ini bergerak di bidang penyedia *food and beverage* dengan menyediakan beberapa macam varian menu. Pertimbangan yang digunakan dalam pemilihan obyek kafe yaitu adanya persaingan dalam bidang usaha tersebut, dimana disekitar lokasi Coffee and Eatery terdapat pesaing yang dapat menjadikan pencapaian tujuan usaha tidak secara maksimal tercapai.

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan seringkali dikaitkan dengan kepuasan yang dirasakan oleh berbagai pihak tergantung bagaimana memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan dari pihak pelanggan, karena semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Salah satu cara membedakan sebuah perusahaan adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sasaran mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia.

Kualitas pelayanan adalah fitur yang bergantung kepada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler, 2008:106). Dengan demikian sangat jelas bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan memberikan suatu pengaruh yang dia harapkan

dan mengerti tentang kebutuhan yang dia inginkan. Stemvelt (2004:210) menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya adalah suatu standar kualitas yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas pelayanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang mengada-ada, tetapi harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*International Standardization Organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.

Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Keagen dalam Tjiptono (2004:24) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima. Apabila menerima perlakuan yang baik, sesuai dan memuaskan pelanggan akan merasa terpenuhi harapannya, ditandai dengan adanya perasaan senang. Sedangkan apabila penerimaan perlakuan kurang baik, tidak sesuai, memberi kesan negatif dan tidak memuaskan, dianggap bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, yang menyebabkan pelanggan mengeluh, keluhan tersebut menandakan bahwa pelanggan merasa kecewa.

Kotler (2007 : 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2004 : 56): Bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari bentuk pelayanan, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Untuk menghadapi persaingan dan perubahan tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelanggan yang dapat memberikan nilai Superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan.

Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh pelanggan. Untuk produk atau pelayanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam penelitian ini, kepuasan karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

a. Hubungan *Responsiveness* dan kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang tanggap mampu menciptakan kesenangan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Pelayanan yang tanggap dapat dikatakan bahwa karyawan mampu melayani permintaan dan kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang dikehendaki. Apabila perasaan senang pelanggan sudah terwujud, imbasnya adalah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang terdapat di perusahaan tersebut. Sehingga dapat dijelaskan bahwa *responsiveness* atau ketanggapan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa

variabel *compliance*, *assurance*, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Hubungan Assurance dan Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2001:617) mendefinisikan keyakinan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para pegawai, dan jaminan keamanan dari perusahaan atas pelanggan saat berkunjung ke LokalFest Coffee and Eatery. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan kunjungan atau rekreasi. Disamping itu jaminan dari suatu perusahaan pariwisata akan Kesopanan dan keramahan dari pegawai LokalFest Coffee and Eatery akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa variabel *compliance*, *assurance*, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

B. Hubungan *Tangible* dan kepuasan pelanggan

Tangible karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa variable compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan *Empathy* dan kepuasan pelanggan

Menurut Hamdani (2006:182), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

Hubungan kepedulian dengan kepuasan konsumen adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa variable compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan *Reliability* dan Kepuasan Pelanggan

Menurut Hamdani (2006,182) kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa variable compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di LokalFest Coffee And Eatery Turen Malang yang berlokasi di Jl. Pangliman Sudirman Turen Malang.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan studi pada pelanggan LokalFest Coffee And Eatery Turen

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Lokal Fest Coffee And Eatery Turen Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling* merupakan prosedur sampling memilih pelanggan. Adapun teknik pengukuran variabel yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban adalah dengan menggunakan skala likert.

Teknik Analisa Data

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* terhadap kepuasan pelanggan dalam pelayanan Fest Coffe And Eatery Turen.

HASIL

Dalam bagian ini disajikan hasil statistik mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang), dengan hasil penelitian yang telah diolah komputer melalui program SPSS dengan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) secara parsial dan simultan.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-.431	.878					
	Responsiveness (daya tanggap)	.461	.044	.494	10.506	.000	.724	1.380
	Assurance (jaminan)	.128	.047	.120	2.747	.006	.840	1.190
	Tangible (bukti fisik)	.250	.043	.252	5.768	.000	.836	1.197
	Empathy (empati)	.099	.049	.097	2.009	.046	.690	1.449
	Reliability (kehandalan)	.117	.052	.108	2.269	.024	.699	1.430

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah kecil, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,610. Dengan demikian berarti bahwa pengaruh *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan)

terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 61% sedangkan sisanya sebesar 39% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel *independent* yang meliputi variabel *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,781. Hal ini berarti hubungan antara keseluruhan variabel adalah cukup erat.

Berdasarkan hasil analisis regresi, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,431 + 0,461X_1 + 0,128X_2 + 0,250 X_3 + 0,099X_4 + 0,117X_5$$

Dari persamaan garis regresi linier berganda, maka dapat diartikan bahwa:

a = -0,431 merupakan nilai konstanta, dengan demikian nilai konstanta ini menunjukkan

besarnya nilai variabel kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang jika variabel lain (bebas) sama dengan nol atau konstan.

Dengan demikian apabila tidak terdapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) maka kepuasan pelanggan sebesar -0,431

b₁ = 0,461 merupakan slope atau koefisien arah variabel *responsiveness* (daya tanggap) (X₁) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang (Y), artinya variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif sebesar 0,329 terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b₂ = 0,128 merupakan slope atau koefisien arah variabel *assurance* (jaminan) (X₂) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang (Y), artinya variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh positif sebesar 0,128 terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b₃ = 0,250 merupakan slope atau koefisien arah variabel *tangible* (bukti fisik) (X₃) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang (Y), artinya variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif sebesar 0,250 terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b₄ = 0,099 merupakan slope atau koefisien arah variabel *empathy* (empati) (X₄) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang (Y), artinya variabel *empathy* (empati) berpengaruh positif sebesar 0,099 terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, jika variabel lainnya dianggap konstan.

b₅ = 0,117 merupakan slope atau koefisien arah variabel *reliability* (kehandalan) (X₅) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang (Y), artinya variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif sebesar 0,117 terhadap kepuasan pelanggan Lokal

Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, jika variabel lainnya dianggap konstan.

$e = 0,882$, merupakan nilai residu atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi, yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis I

Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh F_{tabel} sebesar 2,300. $F_{hitungnya}$ diperoleh sebesar 76,290 sehingga dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan angka tersebut dapat dikatakan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Adanya pengaruh signifikan menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan.

Hasil Uji Hipotesis II

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*, yaitu variabel kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang, maka digunakan uji t (*t-test*) yaitu dengan cara membandingkan dengan t_{tabel} , Nilai t_{tabel} pada alpha sebesar 5% diperoleh angka sebesar 1,9845. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Di bawah disajikan hasil perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Perbandingan Antara Nilai t_{hitung} Dengan t_{tabel}

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	10,506	1,9845	Signifikan
<i>Assurance</i> (jaminan)	2,747	1,9845	Signifikan
<i>Tangible</i> (bukti fisik)	5,768	1,9845	Signifikan
<i>Empathy</i> (empati)	2,009	1,9845	Signifikan
<i>Reliability</i> (kehandalan)	2,269	1,9845	Signifikan

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil uji t maka dapat diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang,

hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} seluruh variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $> t_{tabel}$.

Sedangkan dalam hal besarnya pengaruh masing-masing variabel secara keseluruhan dapat dilihat dari koefisien regresi masing-masing, yaitu *responsiveness* (daya tanggap) yaitu sebesar 0,494, *assurance* (jaminan) sebesar 0,120, *tangible* (bukti fisik) sebesar 0,252, *empathy* (empati) sebesar 0,097, *reliability* (kehandalan) sebesar 0,108. Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang meliputi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil analisis dapat membuktikan bahwa dengan semakin berkualitas atas pelayanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sehingga pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan tersebut dapat menunjukkan bahwa apabila ditinjau dari bukti langsung (*tangibles*) menunjukkan bahwa Lokal Fest Coffee and Eatery Turen menyediakan sarana parkir yang luas dan aman, fasilitas ruangan LokalFest Coffee and Eatery Turen bersih dan rapi, karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen berpakaian rapi dan adanya ketersediaan fasilitas pendukung (toilet, *wifi*, *live music*, tempat sampah, musholla). Berbagai upaya tersebut secara langsung memberikan jaminan bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan sehingga dapat memaksimalkan kepuasan konsumen.

Apabila diketahui dari tingkat kehandalan (*reliability*) atas pelayanan maka dapat memberikan dukungan dalam upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan, kondisi ini menunjukkan bahwa dengan adanya upaya pihak pengelola untuk meningkatkan kesungguhan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen mengutamakan kepentingan pelanggan, keseriusan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen dalam memahami kebutuhan pelanggan dan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa adanya kemampuan para pegawai dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat kepada pelanggan dapat mendukung atas upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya hasil analisis apabila ditinjau dari tanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan dapat diketahui adanya dukungan dalam upaya perusahaan mencapai tujuan tersebut. Kenyataan ini menunjukkan bahwa adanya upaya pihak pengelola Cafe untuk meningkatkan pelayanan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen tanggap terhadap pemesanan pelanggan tanggap untuk

membantu pelanggan, tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan dan tanggap untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan. Hal-hal yang telah dilakukan perusahaan tersebut yaitu mengenai pemahaman karyawan atas berbagai hal yang terkait dengan upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen akan mendukung untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Adanya pengaruh kualitas pelayanan yang ditinjau dari jaminan (*assurance*) memberikan dukungan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa adanya karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen ramah kepada pelanggan, memberikan keamanan kepada pelanggan ketika bertransaksi, dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan dan penguasaan menu dan memberi jaminan kenyamanan kepada pelanggan maka jaminan konsumen untuk merasakan kepuasan dapat dimaksimalkan. Adapun pengaruh adanya pengaruh perhatian (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan yaitu kesungguhan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen mengutamakan kepentingan pelanggan, adanya keseriusan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen dalam memahami kebutuhan pelanggan dan karyawan LokalFest Coffee and Eatery Turen memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian pada konsumen maka akan menciptakan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan telah secara optimal maka akan menentukan atau mempengaruhi keputusan yang telah ditetapkan serta adanya dukungan terhadap pelayanan yang akan dilakukan. Selain itu hasil analisis dapat diketahui maka dapat diketahui bahwa para karyawan yang memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan menjadi faktor penentu terciptanya kepuasan pelanggan dan pada akhirnya kepuasan konsumen dapat terbentuk. Hasil analisis dapat diketahui bahwa daya tanggap memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan para konsumen bertransaksi di Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan pelayanan dengan cepat pada konsumen, tindak lanjut karyawan terhadap keluhan konsumen dalam pelayanan, selalu menanggapi permintaan, memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dan membantu konsumen mengalami masalah dalam pelayanan tanpa diminta tolong oleh konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler (2009:36), ada beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas pelayanan yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mengurangi ketidakpuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan maka akan mengurangi kerja ulang dan pada akhirnya angka ketidakpuasan konsumen ditekan.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka implikasi hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut: Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut maka implikasi hasil penelitian yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan arahan kepada karyawan dan secara rutin melakukan evaluasi hasil kerja karyawan sehingga dapat bekerja sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan
2. Melakukan perbaikan sarana dan fasilitas yang dimiliki oleh kafe sehingga kenyamanan pelanggan dapat terwujud.
3. Karyawan selalu bersedia memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, yaitu dengan memberikan tanggapan secara langsung setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya daya tanggap karyawan terhadap pemesanan pelanggan, untuk membantu pelanggan, tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan dan tanggap untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
2. Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya keramahan kepada pelanggan, memberikan keamanan kepada konsumen ketika bertransaksi, dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan dan penguasaan menu dan memberi jaminan kenyamanan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
3. Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kecepatan karyawan dalam memberikan daftar pilihan menu kepada pelanggan, kecepatan dalam proses penyajian, kemampuan karyawan dalam mengolah menu yang disajikan dan kesesuaian menu yang disajikan Karyawan Lokal Fest Coffee and Eatery Turen dengan pemesanan.
4. Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kesungguhan karyawan mengutamakan kepentingan konsumen, keseriusan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan dan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

5. Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya sarana parkir yang luas dan aman, fasilitas ruangan bersih dan rapi, karyawan berpakaian rapi dan ketersediaan fasilitas pendukung (toilet,*wifi*,*live music*,tempat sampah,musholla) maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Lokal Fest Coffee and Eatery Turen – Malang
 - a. Pihak pengelola harus lebih memperhatikan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, dimana fasilitas fisik tersebut dapat memberikan dukungan upaya konsumen untuk mendapatkan kepuasan. Langkah nyata yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan kualitas fasilitas peralatan dan fasilitas pendukung cafe yang disediakan.
 - b. Para karyawan harus secara profesional dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, upaya ini dilakukan untuk memberikan jaminan bahwa fasilitas yang dimiliki cafe dapat dirasakan secara maksimal dengan harapan kepuasan konsumen dapat terwujud. Upaya nyata yang dapat dilakukan yaitu penyediaan pesanan yang tepat waktu.
 - c. Karyawan harus lebih tanggap dalam memberikan dukungan dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan cafe, yaitu dengan memenuhi segala bentuk keinginan tamu ketika menggunakan fasilitas yang ditawarkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan diharapkan untuk menambah jumlah sampel penelitian serta menggunakan alat analisis data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- FandyTjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- FebrianSasono (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Pelangi Malang*.
- Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total – Total Quality Managemant*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall*. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotle, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Melia Nofita Sari (2006). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Graha Gresik)*
- Margaretha, 2003. *Kualitas Pelayanan: Teoridan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- Nur Alifatul CH (2012). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pengunjung Taman Wisata Jawa Timur Park Batu)*
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, dan L.L Berry. Spring 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, h. 12-40.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.

- Rangkuti, Freddy, 2003. *Konsep Pengukuran Kepuasan*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stemvelt, Robert C.2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.
- Sugiono. 2009. *Metodologi Penelitian Administrasi*, Edisi Ketiga, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Kepuasan dalam Pelayanan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Viandri Djajasinga (2006). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Hotel Pelangi I Malang*
- Widayat, 2004, *Riset Bisnis*, Edisi 1, Malang. CV. Cahaya Press