

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CETROO COFFEE SAMARINDA

Muhammad Rezky Hermawan <sup>1</sup>, Elfreda Aplonia Lau <sup>2</sup>, Nurfitriani <sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda  
Email : kiki40677@gmail.com

---

**Keywords :**

*Tangible, Reliability,  
Responsiveness, Assurance,  
Empathy, Consumer  
Satisfaction*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine and analyze: 1) The effect of physical evidence on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda. 2) The effect of reliability on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda. 3) The effect of responsiveness on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda. 4) The effect of guarantees on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda. 5) The effect of empathy on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda. 6) The effect of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy together on customer satisfaction at Cetroo Coffee Samarinda.*

*This research was conducted only on Cetroo Coffee Samarinda customers. Samples were taken as many as 96 respondents with the Non Probability Sampling method with Purposive Sampling sampling technique. Collecting data by distributing questionnaires with a Likert scale to measure each indicator. The analytical tool in this study uses multiple linear regression analysis.*

*The results of the study show that 1) the tangible variable has a significant positive effect on customer satisfaction. 2) The reliability variable has a significant positive effect on customer satisfaction. 3) Responsiveness variable has a significant positive effect on customer satisfaction. 4) Guarantee variable has a significant positive effect on customer satisfaction. 5) The empathy variable has a significant positive effect on customer satisfaction. 6) The variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy simultaneously have a significant positive effect on customer satisfaction.*

---

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pergeseran kebiasaan masyarakat menjadikan bisnis kuliner mulai dari makanan sampai minuman semakin beragam jenisnya. Tingginya kebutuhan hiburan di kehidupan masyarakat perkotaan

menjadi satu kebiasaan baru yang kini ramai di gemari. Tidak hanya kuliner makanan, namun juga berbagai macam kuliner lainnya seperti kopi.

Kopi salah satu minuman yang sudah menjadi gaya hidup baru bagi sebagian kalangan muda. Banyaknya anak muda yang gemar menikmati kopi sambil beraktifitas menjadikan “ngopi” seakan menjadi tradisi wajib bagi kaum milenial untuk memulai aktifitas ataupun sekedar bercengkerama. Kini terjadi transformasi dalam penggunaan *coffee shop* yang tidak hanya untuk sekedar minum kopi tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun kualitas pelayanan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) : Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Menurut Studi mengenai SERVQUAL terdapat lima dimensi perasuraman dalam Ramadhan (2013:5), Kualitas pelayanan memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu bukti fisik (*tangible*); kehandalan (*reliability*); daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*); dan empati (*empathy*) untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang dikelola dengan tepat, akan berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019:59), “kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima”

## METODE

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field work research*) dengan mengangkat data yang ada dilapangan, dengan cara kuesioner dan penelitian kepustakaan (*library research*)

### 2. Populasi dan Sampel

Menurut Soegiarto K. (2016:43) mendefinisikan bahwa populasi adalah individu objek yang akan diteliti atau populasi adalah kumpulan objek sesuatu persoalan secara keseluruhan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cetroo *Coffee* Samarinda dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui.

Menurut Soegiarto K (2016:43) mendefinisikan bahwa sampling adalah suatu proses pengambilan sampel (contoh) atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut.

Besarnya ukuran sampel yang akan diambil digunakan perhitungan untuk populasi terbatas dengan rumus *unknown population* berikut :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$= \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui jumlah sampel sebesar 96,04 dibulatkan menjadi 96. Jadi jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan pertimbangan tertentu dan memiliki karakteristik tertentu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan pertimbangan tertentu dan memiliki karakteristik tertentu. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Masyarakat Kota Samarinda
2. Konsumen *Cetree Coffee* Samarinda
3. Konsumen yang berkunjung lebih dari dua kali

### 3. Alat Analisis

#### a. Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Gozali (2013:96) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen.

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing - masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Mengidentifikasi variabel telah dikemukakan yaitu terdapat satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel – variabel ini bersifat terukur (kuantitatif), maka penggunaan Multiple Regression dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

a = Konstanta

b = Koefisien X variabel bebas

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Bukti Fisik

X<sub>2</sub> = Keandalan

X<sub>3</sub> = Daya Tanggap

X<sub>4</sub> = Jaminan

X<sub>5</sub> = Empati

e = *Standart Error*

#### b. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghazali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Hipotesis pertama diterima jika bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .
- b. Hipotesis kedua diterima jika kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .
- c. Hipotesis ketiga diterima jika daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .
- d. Hipotesis keempat diterima jika jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .
- e. Hipotesis kelima diterima jika empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diukur dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .

### c. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

Hipotesis keenam diterima bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diukur dengan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$  sedangkan hipotesis ditolak jika bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan diukur dengan  $f_{hitung} < f_{tabel}$  pada nilai sig.  $< \alpha 0,05$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ). Sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS, hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1 : Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.735	1.475		.494	.622

	Bukti Fisik	.281	.080	.292	3.341	.000
	Kehandalan	.076	.075	.046	2.876	.026
	Daya Tanggap	.297	.082	.305	3.613	.001
	Jaminan	.018	.058	.007	2.146	.001
	Empati	.344	.082	.349	4.051	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan  
 Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan pada tabel 5.18 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebagai berikut :

$$Y = 0,735 + 0,281 (X_1) + 0,076 (X_2) + 0,297 (X_3) + 0,018 (X_4) + 0,344 (X_5) + e$$

- Konstanta sebesar 0,735, artinya jika variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) nilainya 0, maka nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) adalah 0,735, dengan kata lain apabila variabel bebas tidak memberikan pengaruh maka variabel terikat bernilai 0,735.
- Pengaruh variabel bukti fisik ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,281 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila bukti fisik meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Pengaruh variabel kehandalan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,076 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila kehandalan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Pengaruh variabel daya tanggap ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,297 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila daya tanggap meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Pengaruh variabel jaminan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,018 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila jaminan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- Pengaruh variabel empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,344 atau berpengaruh positif. Positif artinya apabila empati meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

## B. Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (p-value), jika signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai signifikansi hasil hitung  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2 : Uji t (Parsial)  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.735	1.475		.494	.622
	Bukti Fisik	.281	.080	.292	3.341	.000
	Kehandalan	.076	.075	.046	2.876	.026

	Daya Tanggap	.297	.082	.305	3.613	.001
	Jaminan	.018	.058	.007	2.146	.001
	Empati	.344	.082	.349	4.051	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : Data Diolah (2022)

Uji parsial dilakukan untuk melihat secara individual berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan =  $df - k$  ( $df =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel keseluruhan), ( $df - k$ ) atau  $96 - 6$  dengan signifikansi hasil  $T_{tabel}$  sebesar 1,986.

Berdasarkan tabel 2 pada tabel diatas maka dapat disimpulkan :

1. Bukti Fisik ( $X_1$ )  
Variabel bukti fisik ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,341 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Keandalan ( $X_2$ )  
Variabel keandalan ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,876 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Dapat disimpulkan bahwa keandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
3. Daya Tanggap ( $X_3$ )  
Variabel daya tanggap ( $X_3$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,613 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Dapat disimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
4. Jaminan ( $X_4$ )  
Variabel jaminan ( $X_4$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,146 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
5. Empati ( $X_5$ )  
Variabel empati ( $X_5$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,051 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima. Dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

### C. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil uji f (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3 : Uji F (Simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.879	5	74.775	58.794	.001 <sup>b</sup>
	Residual	119.571	94	1.272		
	Total	493.450	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Daya Tanggap

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , nilai  $df_1 = k - 1$  ( $6 - 1$ ) dan  $df_2$  jumlah sampel – jumlah variabel keseluruhan ( $96 - 6$ ). Maka hasil nilai  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,32.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 58,794$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 2,32$  dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis keenam diterima. Artinya bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel bukti fisik ( $X_1$ ) memperoleh nilai thitung sebesar 3,341 lebih besar dari ttabel sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik yang diberikan oleh Cetroo Coffee Samarinda dengan indikator (peralatan mutakhir / terbaru, seperti mesin pembuat kopi canggih, fasilitas fisik yang berdaya tarik, seperti kondisi ruangan yang rapi dan bersih dan karyawan yang berpenampilan rapi) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cetroo Coffee Samarinda, hipotesis diterima.

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan Cetroo Coffee Samarinda canggih dan higienis, para pegawai juga berpenampilan rapi sehingga membuat para konsumen merasa puas. Fasilitas fisik yang ada di Cetroo Coffee juga berdaya tarik, seperti tempat parkir yang luas, ruangan yang sejuk, tersedia juga smoking room, desain Cetroo Coffee yang kekinian sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Annisa Rahardiasi Loe Kito, La Dian Hukama (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen laboratorium klinik Jakarta” dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### b. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kehandalan ( $X_2$ ) memperoleh nilai thitung sebesar 2,876 lebih besar dari ttabel sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,026 dimana nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa

kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kehandalan yang diberikan oleh Cetroo Coffee Samarinda dengan indikator (kecepatan waktu pelayanan, kesesuaian janji yang ditawarkan, ketepatan dalam pelayanan, seperti karyawan yang selalu menanyakan kembali pesanan konsumen) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cetroo Coffee Samarinda, hipotesis diterima.

Kecepatan dan ketepatan yang diberikan Cetroo Coffee Samarinda sesuai dengan harapan pelanggan, para pegawai bersikap ramah terhadap semua konsumen sehingga membuat para pelanggan merasa puas. Proses pelayanan juga tepat, karena sesuai dengan pesanan para pelanggan, sebelum pelanggan menempati kursi, terlebih dahulu karyawan melakukan clearing table.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Amriani (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. POS Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa” dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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

Variabel daya tanggap ( $X_3$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,613 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Daya tanggap yang diberikan oleh Cetroo Coffee Samarinda dengan indikator (penyampaian promo-promo dengan jelas kepada para pelanggan, layanan yang segera/cepat saat transaksi, karyawan yang selalu bersedia menjelaskan produk yang tidak diketahui pelanggan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cetroo Coffee Samarinda, hipotesis **diterima**.

Pegawai Cetroo Coffee selalu memberikan informasi promo kepada pelanggan pada saat transaksi, contohnya promo *buy 1 get 1* sehingga pelanggan bisa berhemat dan merasa puas. Pelayanan transaksi juga cepat tanpa mengesampingkan ketepatan, pegawai juga selalu bersabar dan senantiasa menjelaskan produk - produk yang tidak diketahui oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Rahardiasi Loe Kito, La Dian Hukama (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen laboratorium klinik Jakarta” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil penelitian tersebut tidak sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **d. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel jaminan ( $X_4$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,146 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jaminan yang diberikan oleh Cetroo Coffee Samarinda dengan indikator (karyawan tidak lupa memberikan struk pesanan, perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan, jaminan memberikan kualitas produk) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cetroo Coffee Samarinda, hipotesis **diterima**.

Jaminan adalah kemampuan karyawan untuk membentuk kepercayaan para konsumen agar menumbuhkan loyalitas konsumen. Pegawai tidak pernah lupa memberikan struk pesanan kepada pelanggan untuk menghindari kesalahpahaman dalam proses transaksi



sehingga menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap pegawai *Cetroo Coffee Samarinda* dalam proses transaksi. Kepercayaan yang timbul mengakibatkan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Rahardiasi Loe Kito, La Dian Hukama (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen laboratorium klinik Jakarta” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil penelitian tersebut tidak sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**e. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Variabel empati ( $X_5$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,051 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Empati yang diberikan oleh *Cetroo Coffee Samarinda* dengan indikator (cepat dan tanggap dalam melayani keluhan konsumen, menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, dapat berkomunikasi yang baik dengan konsumen) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cetroo Coffee Samarinda*, hipotesis **diterima**.

Para pegawai sangat cekatan dan tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan, karyawan juga memberikan perhatian khusus kepada pelanggan seperti menanyakan jenis minuman yang disukai manis atau asam lalu pegawai akan menyarankan produk tertentu, para pegawai juga dapat berkomunikasi dengan baik dan sopan terhadap pelanggan sehingga membuat konsumen merasa puas.

Hasil penelitian berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Rahardiasi Loe Kito, La Dian Hukama (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen laboratorium klinik Jakarta” dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil penelitian tersebut tidak sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**f. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 58,794$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 2,32$  dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis **diterima**. Artinya bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan disebabkan oleh semua faktor yang ada saling berkaitan, kepuasan pelanggan disebabkan oleh pengaruh pelayan yang canggih, pegawai ramah, promosi yang tepat sasaran dan kondisi ruangan *Cetroo Coffee Samarinda* yang bersih. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Agung Purnomo “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Bakso dan Mie Ayam Mas Punung)” (2017) dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil penelitian tersebut sama dengan yang peneliti lakukan karena pada variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### 1. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh fasilitas fisik yang ada di *Cetroo Coffee* berdaya tarik, seperti tempat parkir yang luas, ruangan yang sejuk, tersedia juga *smoking room*, desain *Cetroo Coffee* yang kekinian sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh proses pelayanan tepat, karena sesuai dengan pesanan para pelanggan, sebelum pelanggan menempati kursi, terlebih dahulu karyawan melakukan *clearing table*.
- c. Variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh pegawai selalu bersabar dan senantiasa menjelaskan produk - produk yang tidak diketahui oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
- d. Variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh pegawai tidak pernah lupa memberikan struk pesanan kepada pelanggan untuk menghindari kesalahpahaman dalam proses transaksi sehingga menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap pegawai *Cetroo Coffee* Samarinda dalam proses transaksi.
- e. Variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh pegawai dapat berkomunikasi dengan baik dan sopan terhadap pelanggan sehingga membuat konsumen merasa puas.
- f. Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh semua faktor yang ada saling berkaitan, kepuasan pelanggan disebabkan oleh pengaruh peralatan yang canggih, pegawai ramah, promosi yang tepat sasaran dan kondisi ruangan *Cetroo Coffee* Samarinda yang bersih

### 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini , maka dapat disarankan:

1. Bagi *Cetroo Coffee* Samarinda :  
*Cetroo Coffee* Samarinda diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar meningkatkan kepuasan pelanggan memperbaiki fasilitas fisik yang baik kepada konsumen, serta *Cetroo Coffee* perlu membuat SOP pelayanan karyawan yang jelas/terpadu/efektif sehingga karyawan dapat meningkatkan kinerja pelayanannya, hal tersebut diharapkan dapat berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya :  
Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitian tidak hanya pada pelanggan *Cetroo Coffee* Samarinda sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## REFERENCES

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta : Deepublish.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*.  
Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.