

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Serambi Kopi Pekanbaru

WANDI NUR IKHSAN

Institut Teknologi dan Bisnis Master
Jl. Arifin Ahmad No. 58 Pekanbaru
E-mail : wandinurikhsan2017@gmail.com

Submit: 01 Agustus 2022

Review: 5 Agustus 2022

Publish: 14 Agustus 2022

*) Korespondensi

Abstract: This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Serambi Kopi Pekanbaru City. The sample used was 96 Serambi Kopi Customers. The sampling technique in this study using an accidental sampling method. Data were collected using a questionnaire with a Likert scale. The analysis method used in this research is a simple regression analysis method with SPSS application. The results based on (t-test) show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test results obtained R Square of 0.199. This shows that the dependent variable customer satisfaction is 19.9% influenced by the independent variable service quality, while 80.1 % is influenced by other variables that have not been examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan dan minuman atau dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner juga terjadi di Pekanbaru. Terdapat beraneka ragam bisnis kuliner di Pekanbaru yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan; bisnis kuliner berskala menengah seperti rumah makan, bofet, kedai kopi atau *cafe*, sampai dengan bisnis kuliner berskala

besar seperti restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner di Pekanbaru, hal ini menjadikan daya tarik penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu *cafeteria*. Salah satu jenis kuliner *cafeteria* di Pekanbaru yaitu Serambi Kopi merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh yang bergerak di bidang *cafeteria*. *Cafeteria* ini memiliki lokasi yang strategis yaitu di Jalan Arifin Ahmad Pekanbaru, tepatnya di Kelurahan Sidolmulyo Timur, Kecamatan Marpoyan damai. Serambi Kopi menyediakan menu yang bervariasi dan dilengkapi dengan fasilitas *hotspot* yang dengan kecepatan tinggi yang membuat konsumen semakin betah untuk berlama-lama nongkrong di Serambi Kopi.

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang

kuliner, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan. Bagi suatu usaha, khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen. Pelayanan yang berkualitas juga akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Pada penelitian ini akan fokus pada kualitas pelayanan pada Serambi Kopi, Hal yang menarik dari Serambi kopi yaitu meskipun dengan fisik bangunan yang sederhana, akan tetapi masih mampu bersaing dalam mendapatkan konsumen di wilayah Jl. Arifin Ahmad Pekanbaru yang saat ini dikenal sebagai salah satu sentra kuliner khususnya café atau kedai kopi di Pekanbaru. Walaupun dengan penampilan yang tidak identik dengan kedai kopi Aceh, dari sisi produk, Serambi Kopi menyajikan Kopi Aceh dan mie Aceh sebagai menu andalan mereka, dan memiliki aneka macam masakan dan minuman lainnya sebagai pelengkap yang tidak jauh berbeda dengan kedai kopi aceh lainnya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, *Serambi Kopi* terus melakukan pembenahan sarana prasarana, bahan baku, dan sumber daya manusia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Serambi Kopi dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya. Sejak berdiri pada awal tahun 2017, Serambi Kopi masih mampu bertahan dan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan serta berhasil melalui masa pandemi covid-19. Berdasarkan observasi awal, menu produk yang disediakan oleh Serambi Kopi cenderung relatif sama dengan menu yang disediakan oleh Kedai Kopi khususnya yang

bernuansa kedai Kopi Aceh pada umumnya. Menurut pemilik, menu yang ada saat ini adalah menu yang memang umum dan yang banyak diminati, karena pernah dicoba untuk penambahan beberapa produk varian minuman dan makanan, akan tetapi kurang diminati pengunjung.

Fasilitas yang ada di Serambi Kopi memang terkesan sederhana, khususnya dengan tampilan warung semi permanen. Memang terkesan cukup kontras dengan tampilan kedai Kopi atau cafe yang menjamur di kawasan jalan Arifin Ahmad. Akan tetapi menariknya, dari sisi pengunjung, Serambi Kopi tidak kalah dengan kedai kopi lainnya. Kursi yang disediakan adalah kursi standar kayu dan ditambah dengan lesehan berbahan kayu batang kelapa. Konsumen juga mengeluhkan tempat parkir yang disediakan oleh pihak Serambi Kopi. Terkadang konsumen merasa kebingungan untuk meletakkan kendaraannya karena tempat parkir yang disediakan kurang memadai. Melihat hal ini Serambi Kopi perlu sekali memperhatikan masalah kenyamanan parkir kendaraan.

Menurut Kotler (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Walaupun pada pelayanannya tidak berwujud namun kualitas layananyang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi yang baik antara konsumen dengan pihak perusahaan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila layanan yang diberikan perusahaan

sesuai atau melebihi harapan yang dimiliki oleh konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Kotler dan Keller (2011), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain: 1. Keandalan (*Reliability*) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten. 2. Ketanggapan (*Responsiveness*) Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan. 3. Jaminan (*Assurance*) Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. 4. Empati (*Empathy*) Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. 5. Berwujud (*Tangibles*), adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan bagian dari perilaku konsumen yang merupakan variabel penting sebagai ukuran keberhasilan dalam pemasaran yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Selain itu, kepuasan pelanggan juga merupakan respon pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Firmansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya, *pertama*, kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan. *Kedua*, kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas. *Ketiga*, harga, yaitu harga yang relatif murah dan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan. *Keempat*, faktor situasi, yaitu keadaan yang dialami pelanggan. *Kelima*, faktor pribadi dari pelanggan, yaitu

karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004) Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan; Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali; Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

Kesediaan merekomendasikan; Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman.

METODE

Objek penelitian ini adalah pelanggan Kedai Kopi "Serambi Kopi" yang terletak di Jalan Arifin Ahmad, tepatnya di Kelurahan Sidolmulyo Timur, Kecamatan Marpoyan damai, Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli s.d Agustus 2021.

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Ada pun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dengan jumlah yang tidak diketahui atau jumlah yang tak terbatas dari *Serambi Kopi*.

Sample adalah bagian dari populasi yang di percaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sarjono dan Julianita, 2011). Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa dalam penentuan sampel yang populasi besar dan jumlahnya tidak diketahui menggunakan rumus :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana :
n = jumlah sampel

z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan jumlah sample yaitu 95% yang mengacu pada table z

95% = 1,96

Moe = *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa di toleransi sebesar 10%.

Dari rumus tersebut maka penitungan sample adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Untuk memudahkan penulis maka penulis menggenapi sampelnya menjadi 96, yang merupakan hasil pembulatan 96,04.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental* sampling. Teknik tersebut digunakan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang sedang membeli di *Serambi Kopi* dan bertemu dengan peneliti pada saat dilakukan penelitian serta bersedia untuk dijadikan sebagai sumber data. Untuk menunjukkan sejauh mana instrument penelitian dapat dipercaya dilakukan pengujian validitas dan reabilitas untuk mengukur sejauh mana pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator variabel dalam kuesioner telah memenuhi persyaratan secara statistik atau tidak. Selain itu dilakukan uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau pengaruh variable x (independen) dengan variabel y (dependen). Untuk pengujian hipotesis dilakukan uji t , dan selanjutnya dilakukan analisis koefisien determinasi (R^2) yang diperlukan untuk mengetahui persentase sumbangan pengarih variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y).

HASIL

Uji validitas instrument penelitian dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan kepada 96 orang responden dan dapat diperoleh kebebasan besar $df = n - 2$ dimana $96 - 2 = 94$ dan taraf signifikan 5% (0,05). Diperoleh R tabel 0,1966. Adapun hasil uji validitas masing-masing item pernyataan pada masing-masing variabel menunjukkan semua item pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y) mempunyai nilai kolerasi yang lebih besar dari 0,1966 sehingga dinyatakan semua item pernyataan itu valid.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten bila dilakukan pengukuran berulang ulang. Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria bila nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60. Adapun analisis yang digunakan adalah dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan (X) dan loyalitas pelanggan (Y) lebih besar 0,60 (kuat) hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel.

Tujuan Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah variabel indenpenden dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui ada atau tidaknya normalitas digunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dari uji hasil uji yang dilakukan diketahui bahwa bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) nilainya 0,216 dimana $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan untuk analisis regresi dari responden dapat didapatkan persamaan:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 3,464 + 0,203 X$$

Kualitas Pelayanan = 3,464 + 0,203 Loyalitas Pelanggan

Hasil dan Pembahasan dari persamaan regresi diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 3,464. Berarti saat kualitas pelayanan di anggap nol atau diabaikan maka loyalitas pelanggan diperoleh sebesar 3,464 satuan.
2. Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,203. Berarti jika variabel kualitas pelayanan di naikkan 1 satuan, maka loyalitas pelanggan pada Serambi Kopi akan naik sebesar 0,203 satuan.

PEMBAHASAN

Koefisien variabel kualitas pelayanan bertanda positif berarti semakin baik pelayanan yang diberikan kualitas pelayanan yang diberikan Serambi Kopi, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diatas, maka dapat disimpulkan bahwa arah hubungan yang dimiliki variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki arah hubungan yang positif, yaitu jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan atau diperbaiki, maka variabel loyalitas pelanggan dalam hal ini akan mengalami peningkatan sebesar satu satuan. Sehingga, pengelola Serambi Kopi perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian signifikansi parameter individual (uji t) didapatkan hasil dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

pada signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebagai berikut:

$df = n-2$ (baris), α (kolom), maka diperoleh $100-2 = 98$ (baris) dan 0,025 (kolom) sehingga nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 1,984. Berdasarkan uji statistik (spss) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,301 sedangkan untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 1,984. Hal ini menjelaskan bahwa $t_{hitung} (2,301) > t_{tabel} (1,984)$ dengan $sig\ 0,000 < probabilitas\ 0,05$ yang berarti hal ini H_0 ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Serambi Kopi.

Nilai Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama. Hasil uji determinasi didapatkan berdasarkan tabel nilai R square sebesar 0,199. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 19,9% terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 80,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti : kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan dan lain-lain.

SIMPULAN

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Serambi Kopi.

DAFTAR RUJUKAN

- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milinium* diterjemahkan oleh Benyamin Molan: PT. Prehallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa* : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.