

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOBBY COFFEE KOTABATAM

Dwi Eka Syahputri
Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
2019020003@student.btp.ac.id

Dailami

Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
dailami@btp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Batam. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang ditetapkan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran angket dengan menggunakan lima poin skala likert sebagai alat ukur.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Hobby Coffee Batam. Data was collected by distributing questionnaires. The type of research used is quantitative research. The number of samples set in this study were 100 respondents. The sampling technique used is random sampling technique. The research data collection method was carried out by distributing questionnaires using a five-point Likert scale as a measuring tool.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu negara yang memiliki banyak pulau, dibandingkan negara lainnya. Berbagai macam kepulauan didalamnya, membuat Indonesia mempunyai bermacam suku bangsa serta budaya yang berbeda - beda disetiap pulauanya, tidak hanya itu Indonesia pula mempunyai peninggalan sejarah yang luar biasa dan keindahan alam yang melimpah dari Sabang hingga Merauke. Maka dari itu tidak heran jika Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki cukup banyak destinasi wisata. Indonesia sendiri sektor pariwisata merupakan salah satu sumber ekonomi terbesar. Menurut Undang – Undang kepariwisataan No.10 tahun 2009, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut Menurut Kodhya Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain. Hal lain yang bersifat sementara dan dilakukan sebagai

latihan oleh individu atau kelompok, mencari keseimbangan atau keselarasan dengan lingkungan batin dan kebahagiaan. Aspek sosial, budaya, alam dan ilmiah. Sedangkan menurut Gamal, pariwisata didefinisikan sebagai bentuk proses perpisahan sementara dari seseorang, dan kepergiannya adalah karena adanya kepentingan pribadi baik ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun hal lainnya. (Heradiansya, 2019) Batam adalah kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Wilayah Kota Batam terdiri dari Pulau Batam, Pulau Belakang Padang, Pulau Rempang dan Pulau Galang serta pulau-pulau kecil lainnya di kawasan Selat Malaka dan Selat Singapura. Pulau Batam, Rempang dan Galang terhubung oleh Jembatan Bareleng. Batam adalah salah satu kota dengan banyak strategi, selain terletak di jalur pelayaran internasional, kota ini memiliki jarak yang sangat dekat dan berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia sebagai kota terencana, Batam merupakan salah



satu kota paling cepat berkembang di Indonesia ketika dibangun pada tahun 1970-an oleh Otorita Batam (saat ini BP Batam), Kota ini hanya memiliki sekitar 6.000 penduduk dan dalam 40 tahun penduduk Batam telah berkembang hingga 158 kali. (Batam et al., 2021)

Saat ini, Indonesia merupakan produsen dan juga sekaligus konsumen penting komoditas kopi. Sebagai produsen, Indonesia menempati urutan keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia, dan sebagai konsumen berada dalam urutan ketujuh (International Coffee Organization (ICO), 2017). Bagi masyarakat Indonesia pada umumnya, minum kopi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari terutama bagi orang-orang tua dan sekarang juga anak-anak muda dan remaja (Kementrian perindustrian, 2017) *Coffee Shop* ialah tempat yang sangat mudah di jumpai di setiap Kota Daerah, bahkan seluruh dunia. Saat ini *coffee shop* tidak hanya menyediakan kopi saja, bahkan mereka juga menyediakan minuman selain kopi dan menyediakan fasilitas seperti wifi dan live musik bahkan sampai menyediakan layar lebar untuk menonton pertandingan sepak bola. Di kota Batam pun sudah semakin banyak *coffee shop* yang berdiri dengan keunikan dan kelebihan masing-masing. Berdasarkan referensi dari Trip Advisor terdapat **153** Coffee shop Batam yang terdaftar di situs tersebut. Hobby Coffee merupakan salah satu dari sekian banyak *coffee shop* yang berada di Kota Batam. Terbentuk sejak tahun 2020 tepatnya di bulan Desember. Hobby Coffee awalnya adalah Coffeeshop yang dibangun atas kerja sama dari Rimbun Kopi dengan PT. KC Grup, mengusung tema “*minimalis*” bukan tanpa alasan. Hobby Coffee terletak di belahan tengah Kota Batam, merupakan pusat Kota Batam, Batam Centre. Hadirnya Hobby Coffee menepis paradigma negatif masyarakat tentang tidak strategisnya lokasi Batam Centre sebagai tempat yang sanggup menciptakan khalayak ramai. Mengingat lokasi Batam Centre merupakan tempat terpusatnya

kegiatan perkantoran. Namun berdasarkan referensi dari *Restaurant Guru*, Hobby Coffee ini menempati urutan ke 86 dari 2264 *coffee house* yang berada di daerah Batam Center. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam” Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam

Definisi Kuliatas Pelayanan

Secara umum kualitas pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan. Sedangkan yang dimaksud dengan kualitas pelayanan menurut Hurriyati (2008:36) adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Kualitas pelayanan yang baik biasanya terlebih dahulu melihat kebutuhan pelanggan baru setelah itu dilakukan penyesuaian pelayanan apa yang tepat untuk konsumen dan bagaimana pelaksanaan pelayanan yang dapat melahirkan kepuasan konsumen. Beberapa hal sederhana yang dapat dilakukan adalah dengan menetapkan kebijakan sikap ramah dari para pegawai seperti salam, menyapa, senyum, cepat tanggap terhadap kebutuhan konsumen, cepat tanggap terhadap keluhan konsumen dan sikap ramah tamah kepada pelanggan. Jika semakin baik sikap pelayanan perusahaan maka akan menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan membentuk sikap konsumen yang mengambil keputusan untuk melakukan pembelian pada perusahaan tersebut (Indah Surti, 2020).

Kualitas layanan menjadi salah satu keharusan yang dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat



kepercayaan pelanggan. Gaya hidup dan pola konsumsi konsumen menuntut perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Mengutip pendapat Zeithaml dan Bitner dalam buku milik (Muhammad, 2015) kualitas pelayanan adalah penyampaian yang sangat baik atau unggul sesuai harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, pelanggan akan menilai hasil dari pelayanan yang didapatkan (Wicaksana, 2016). Menurut Tjiptono (2014), Kualitas layanan merupakan upaya yang dilakukan untuk pemenuhan atas keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013) menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diartikan sebagai hasil dari kegiatan penyaluran pelayanan, dimana tujuan dari pelayanan tersebut yaitu untuk kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler dan Keller, 2016), kualitas layanan dapat diartikan ketika penjual telah memberikan yang terbaik disetiap produk atau layanannya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Kosanke, 2019). Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan kualitas layanan terbaik untuk mencapai dan melampaui harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perbandingan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen dengan harapan konsumen. Jika persepsi kualitas konsumen lebih rendah dari harapan mereka, maka konsumen tidak puas, dan jika kualitas yang dirasakan konsumen memenuhi harapan, konsumen merasa puas. Konsumen akan merasa sangat puas jika kualitas yang dirasakan melebihi harapan (Novia, 2019). Menurut Kotler & Keller (2016), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang telah

dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Menurut Daryanto & Setyabudi Kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan ketika keinginan, kebutuhan, dan harapan dari pelanggan terpenuhi setelah melakukan konsumsi. Menurut Tjiptono & Gregorius (2011), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah bentuk respon terhadap evaluasi/diskonfirmasi yang dirasakan antara ekspektasi awal dengan kinerja actual produk setelah terjadi pemakaian, kepuasan pelanggan ini merupakan dampak dari tahap konsumsi yang telah dilalui pelanggan. Jika setelah melakukan konsumsi pelanggan menyukai produk atau jasa tersebut maka dapat dikatakan pelanggan puas, namun jika pelanggan tidak menyukai dan memilih untuk tidak membeli produk itu kembali maka pelanggan merasakan ketidakpuasan (Niken Nanincova, 2019).

Menurut Engel et al, (dalam Basrodin, 2006) mendefinisikan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan penilaian purnabelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Pengertian kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Senada dengan Barnes, (2003:64), Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan (Yulianto, 2020).

Manfaat pelanggan

Menurut Josee Bloemer, Ruyter dan Wetzel adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan

timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya.

Aspek-aspek yang dapat memi kepuasan pelanggan secara efektif yaitu :

Warranty costs

Beberapa perusahaan dalam menangani warranty costs produk/jasa mereka melakukan sebuah persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada pelanggan.

Market Share

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

Costs of poor quality

Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk defecting customer dapat diperkirakan.

Industry reports

Terdapat banyak jenis dan industry reports ini, seperti yang disampaikan oleh J.D Power dalam Bhote, yakni report yang fairest, most accurate, dan most eagerly yang dibuat oleh perusahaan.

Tipe-tipe kepuasan pelanggan

Strauss & Neuhaus dalam Tjiptono & Chandra membedakan tiga tipe keputusan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia pelayanan, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok pelayanan, dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia pelayanan bersangkutan. Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan dalam kepuasan pelanggan sebagai berikut :

1. Demanding Customer Satisfaction.

Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang positif atau aktif. Hubungan dengan penyedia layanan dii oleh emosi positif, terutama optimisme dan memercayai. Ada jenis pelanggan berdasarkan pengalaman positif masa lalu kepuasan ini

mengharapkan penyedia jasa memenuhi harapannya yang ditambahkan di masa mendatang.

2. Stable Customer Satisfaction.

Jenis pelanggan ini memiliki level keinginan pasif dan perilaku menuntut. perasaan positifnya terhadap pemasok layanan ini ditandai dengan ketegasan dan kepercayaan dalam hubungan yang terjalin saat sekarang. Mereka ingin semuanya tetap sama berdasarkan pengalaman positif yang terbentuk selama ini, mereka kesediaan untuk melanjutkan hubungan dengan penyedia layanan.

3. Resigned Customer Satisfaction

Pelanggan dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis

untuk berharap lebih. Perilaku pelanggan tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.

4. Stable Customer Dissatisfaction

Pelanggan dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerja penyedia pelayanan, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi mereka dengan penyedia pelayanan diwarnai emosi negatif dan asumsi bahwa ekspektasi mereka tidak bakal terpenuhi di masa datang. Mereka juga tidak melihat adanya peluang untuk perubahan atau perbaikan.

5. Demanding Customer Dissatisfaction

Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif perilaku demanding. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi. Hal ini menyiratkan bahwa mereka akan aktif menuntut perbaikan. Pada saat bersamaan, mereka merasa tidak perlu loyal pada penyedia jasa.

Coffee Shop

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menawarkan makanan dan minuman namun menu utama menjual kopi. Secara umum, disebut *coffee shop* karena memiliki desain *interior* yang menarik dan memanjakan mata dan menyediakan banyak menu kopi. Banyak tempat juga

menawarkan menu kopi dengan berbagai macam metode penyeduhan berbeda. Menu yang sering muncul di sela-sela kopi yang lainnya adalah kopi hitam, *latte*, *cappuccino*,

espresso. Beberapa tempat ini juga menawarkan olahan kopi dingin, teh dan minuman non kopi ada juga tempat snack untuk makanan berat untuk dipesan oleh pelanggan yang akan datang (Carolina, 2017).

Tipe-tipe *coffee shop*:

Cafe atau *Coffee Shop*

Sebenarnya, jenis ini hampir mirip dengan konsep membutuhkan restoran karena menawarkan dan menyediakan sajian- hidangan makanan. yang lebih digaris bawahi, menyajikan kopi dari tempat ini tetap menjadi andalan penjualan. Biasanya daerah inidikunjungi oleh waktu makan sarapan, makan siang, dan makan malam. Tempat ini bisa dikunjungi sendirian atau bersama teman atau pasangan. memang sajian kopi menjadi andalan, tapi mungkin pelanggan akan memesan makanan lezat atau camilan biasanya daerah ini juga dikenal sebagai bistro, kafe atau kedai kopi.

Coffe Bar atau *Coffeehouse*

Tempat kopi yang enak masuk kedalam kategori ini memberikan suasana obrolan yang nyaman untuk bercengkrama dengan baik. Baik di dalam dan di luar. Pelanggan datang ke sini tidak hanya untuk menikmati kopi akan tetapi juga hang ouu atau nongkrong. Hidangan selain kopi yang ditawarkan cukup terbatas yang paling awam merupakan makanan jenis roti-rotian, snack dan dessert. Hal ini dikarenakan yang menjadi penawaran terbaik berasal daerah ini adalah menunya kopinya yang dibuat secara berfokus sang para barista. Beberapa pelanggan umumnya melibatkan tempat ini menjadi kawasan bekerja juga mengerjakan tugas. ada pula pelanggan yang datang untuk bersantai sendirian.

Grab and Go

Jenis yang satu ini mengedepankan penjualan kopi untuk dibawa pulang oleh

pelanggan. Maka dari itu, beberapa tempat tidak memberikan tempat duduk yang nyaman untuk pelanggan menikmati pesanannya di lokasi.

Beberapa kedai kopi yang menggunakan konsep seperti ini di Indonesia banyak didatangi oleh ojek online yang menjadi perantara pengantar dan pemesanan pelanggannya. Biasanya kedai semacam ini kios penjualannya berukuran tidak terlalu besar.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:16) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan penelitian deksriptif menurut Sugiyono (2018:89) adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Penelitian semacam ini untuk selanjutnya dinamakan penelitian deksriptif. Penelitian melalui metode pendekatan kuantitatif dengan perspektif deksriptif ini bertujuan untuk mendeksripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi dengan menggunakan angka-angka dan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Ningtyas, 2018)

Populasi dan Sampel

Populasi

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa populasi itu adalah keseluruhan objek yang menjadi objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang di bulan

April sampai September 2022 sebanyak 13,589.

Tabel. 3.2 Data pengunjung

| | |
|-----------|--------|
| April | 2616 |
| Mei | 2153 |
| Juni | 2474 |
| Juli | 1914 |
| Agustus | 2230 |
| September | 2202 |
| Total | 13,589 |

Sampel

Maka sampel dalam penelitian ini adalah 99 dan dibulatkan sebanyak 100 orang.

Teknik Sampling

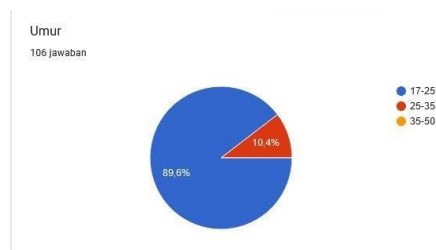
Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sementara itu, teknik penarikan sampel menggunakan *Incidental Sampling*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Ningtyas, 2018)

Metode Pengumpulan Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Pada penelitian ini analisis data dilakukan sebagai berikut:

PEMBAHASAN

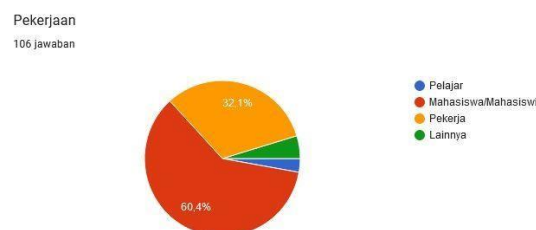
Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan, Yaitu sebanyak 67,9% dan jenis laki-laki 32,1%. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Sumber: Data Primer diolah tahun 2022

Berdasarkan diagram diatas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 89,6% dan responden yang berumur 25-20 tahun sebanyak 10,4%, dan responden yang berumur 35-50 tahun sebanyak 0%.

Karakteristik Responden Berdasarkan



Pekerjaan

Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sumber: Data Primer diolah tahun 2022

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh responden yang berstatus mahasiswa 60,4 % mahasiswa dan 32,1% pekerja. Realibilitas adalah kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda (sugiyono,2020). Instrumen yang realibel dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan program SPSS version

24 for windows.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Standar | Kesimpulan |
|------------------------|------------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X) | 0,924 | 0,6 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,912 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Hasil Olahan Data Angket Melalui
IBM SPSS versi 24

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel X dan Y adalah sebesar 0,924 dan 0,912. Kedua variabel ini dinyatakan reliabel karena keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari setiap variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Kualitas Pelayanan

Didalam variabel kualitas pelayanan ini memiliki 5 indikator yaitu: *Tangible*, *Reability*, *Responsive*, *Assurance*, *Empathy*. Pada setiap indikator tersebut peneliti menyediakan setiap pernyataan kepada pelanggan. Berikut merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Nilai persen pada pernyataan nomor 1 yaitu "Fasilitas yang dimiliki Hobby Coffee sesuai dengan penyedia pelayanan (memadai) " dengan perolehan nilai 93,20% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 2 yaitu "Tempat parkir Hobby Coffee luas dan aman." dengan perolehan nilai 89,80% dalam kategori sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa indikator bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam. Berikut merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap kehandalan:

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai persen pada pernyataan nomor 3 yaitu "Hobby Coffee buka tepat waktu" dengan perolehan nilai 95,60% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 4 yaitu "Karyawan Hobby Coffee memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat." dengan perolehan nilai 94,60% dalam kategori sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa indikator kehandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam.

Berikut merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap Dayatanggap:

Tabel 4.7 Tabel Tanggapan Responden Indikator Daya Tanggap

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai persen pada pernyataan nomor 5 yaitu "Karyawan Hobby Coffee cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan" dengan perolehan nilai 94,40% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 6 yaitu "Karyawan Hobby Coffe selalu menerima kritikan dan saran." dengan perolehan nilai 94,20% dalam kategori sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa indikator daya tanggap mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam. Berikut merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap jaminan.

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai persen pada pernyataan nomor 7 yaitu "Hobby Coffee memiliki pelayanan yang ramah dan sopan" dengan perolehan nilai 95,80% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 8 yaitu "Hobby Coffee selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman" dengan perolehan nilai 96,20% dalam kategori sangat setuju. Nilai persen pada pernyataan nomor 9 yaitu "Karyawan Hobby Coffee lebih mendahulukan kepentingan pelanggan" dengan perolehan nilai 95,00% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 10 yaitu "Karyawan Hobby Coffee memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan" dengan perolehan nilai 93,60% dalam kategori sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa indikator empati mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Menurut Daryanto & Setyabudi Kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan ketika keinginan, kebutuhan, dan harapan dari pelanggan terpenuhi setelah melakukan konsumsi. Nilai persen pada pernyataan nomor 11 yaitu “Hobby Coffee memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan” dengan perolehan nilai 94,80% dalam kategori sangat setuju. Pada pernyataan nomor 12 yaitu “Pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Hobby Coffee” dengan perolehan nilai 93,80% dalam kategori sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa indikator tercapainya harapan konsumen mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam.

Teknik Analisis Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa residual data yang diambil telah berdistribusi normal karena nilai signifikan lebih besar dari 0,141 dengan nilai Asym.Sig (2-tailed) sebesar 0,003. Maka dari itu, residual data berdistribusi normal dan mode regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat keterkaitan antara dua variabel yang bersifat linear. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap garis regresi yang nantinya akan diperoleh nilai F hitung. Kriteria nilai linieritas pada uji ini adalah: Data dapat dinyatakan lolos uji linearitas apabila data tersebut memiliki nilai Sig. (Deviation from Linearity) ≥ 0.05 . Sehingga, antar variabel dari data dapat dikatakan memiliki hubungan linear secara signifikan.

Berdasarkan, nilai Sig. (Deviation from Linearity) adalah 0.312 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa keterkaitan kedua variabel bersifat linear.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi dengan SPSS pada Tabel 4.7 di atas, nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,864 berarti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat kepuasan pelanggan sebesar 86,4% ($0,864 \times 100\%$) ada pengaruh sebesar 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas berupa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sebelum melakukan uji hipotesis, sudah dilakukan sebelumnya beberapa uji, yaitu uji coba instrumen dan uji asumsi klasik. Uji coba instrumen ini berfungsi untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut layak disebar atau tidak. Berdasarkan hasil statistik yang telah dilakukan melalui program SPSS v 24, penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Hobby Coffee. Pada penelitian ini, penulis melakukan uji validitas yang dijelaskan pada Tabel 4.1. Uji validitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden terlebih dahulu sebagai uji coba instrumen untuk mendapatkan hasil pernyataan yang valid untuk disebar kepada 100 responden.

Penelitian ini membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam. Dari hasil kuesioner yang diperoleh dari 100 responden, dapat diketahui yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 32,8%, dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 68,2%. Adapun kelompok usia responden yang mendominasi pada

penelitian ini pada usia 17-25 tahun sebanyak 89,7%, Kemudian responden yang berusia antara 25 – 35 tahun sebanyak 10,3% dan responden yang diketahui jenis pekerjaan, untuk responden pekerja 31,8%, adapun responden yang mendominasi pada penelitian ini pada mahasiswa/mahasiswi sebanyak 60,7%. Selanjutnya penulis melakukan uji instrument penelitian.

Sebelum melakukan uji hipotesis, penulis sudah melakukan beberapa uji yaitu uji coba instrumen, uji asumsi klasik, uji linear sederhana. Uji instrumen terbagi menjadi dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji instrument ini digunakan untuk mengetahui apakah butir pernyataan dari kuesioner layak atau tidak layak disebar. Setelah mendapat data yang valid dengan kriteria r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0.05), selanjutnya penulis melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Berdasarkan Tabel 3.5, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha dari seluruh variabel yang diujikan nilainya di atas 0.600 baik itu variabel kualitas pelayanan sebesar 0,940 dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.926. Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa uji validitas pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Kemudian pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa uji reliabilitas dengan Teknik formula Cronbach Alpha diperoleh nilai Cronbach Alpha dari kedua variabel memiliki nilai di atas 0,6 yaitu 0,924 pada variabel kualitas pelayanan dan 0,912 pada variabel kepuasan pelanggan. Sehingga seluruh alat pengukur masing-masing variabel ini dinyatakan reliabel.

Untuk mengetahui penyimpangan asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas, uji linearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas yang dicantumkan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan berdistribusi secara normal dengan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan nilai

signifikansi 0,003 (Asymp. Sig. (2-tailed)) yang lebih kecil dari 0,141 dan dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal. Selanjutnya pada uji linearitas, yang dicantumkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antar kedua variabel yang bersifat linear. Angka signifikansi diperoleh sebesar 0.312 dimana sebuah penelitian yang dapat dikatakan linear Ketika nilai signifikansi linearitas lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hobby Coffee Kota Batam. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hobby Coffee Kota Batam maka semakin besar pula dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan begitu sebaliknya.

Dalam penelitian ini kemjudian dilakukan uji hipotesis, yaitu uji analisis regresi linier sederhana, uji t dan uji koefisien determinasi. Tujuan dari regresi linier sederhana ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan(X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Uji regresi linier pada penelitian ini hipotesisnya tidak diterima, karena nilai signifikansinya sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05 yang dijelaskan pada Tabel 4.6, kemudian pada uji ini juga dapat diketahui persamaan regresinya adalah $Y = 4,375 + 0,708 X$. Dikarenakan persamaannya bernilai positif maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,375 dan setiap penambahan 1% tingkat variabel kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,708.

Setelah melakukan uji regresi linear sederhana, langkah selanjutnya adalah melakukan Uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh sendiri-sendiri antara variabel edukasi (X) dan variabel minat beli pelanggan (Y). Dari uji

t yang sudah dilakukan pada tabel 4.7 terdapat hasil yang menunjukkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai thitung lebih besar daripada ttabel $25,000 > 0,165$.

Setelah melakukan uji t, dilanjutkan dengan uji r untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y). Dalam uji ini dapat dilihat pada tabel 4.8 dijelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,930, yang berarti keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) relative kuat. Hubungan tersebut dikatakan kuat karena nilai koefisien korelasi (R) lebih dari 0,5. Pada tabel 4.8 juga menyatakan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,864. Hasil ini menunjukkan bahwa edukasi yang diteliti dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 86,4% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam minat beli pelanggan, sisanya sebesar 13,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi positif menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang mengalami penurunan, maka kepuasan pelanggan juga mengalami penurunan.

KESIMPULAN

Kesimpulan & Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Batam, maka dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan dan pemaparan bahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan terjadi pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan terhadap pelanggan di Hobby Coffee Batam. Dari hasil uji hipotesis, yaitu uji t, diperoleh hasil yaitu $25.000 > 0,165$ dapat

ditarik kesimpulannya bahwa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil proyek akhir ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman yang positif menyebabkan persepsi positif pada pelanggan. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hobby Coffee Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis dengan uji pengaruh parsial (uji-t) yang nilai Thitung sebesar

Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Hobby Coffee Batam.
2. Supaya tingkat penjualan di Hobby Coffee Batam tetap optimal, maka perusahaan dapat mulai memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Hobby Coffee kepada konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan sehingga penelitian akan lebih jelas dalam memaparkan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Batam, P., Rempang, P., Malaka, S., Batam, P., Menurut, B., Kependudukan, D., & Kota, S. (2021). Sejarah.
- Carolina, F. A. (2017). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Dalam Perspektif Teknologi Acceptance Model. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). pemasaran & kepuasan pelanggan. In Syria



Studies

(Vol. 7, Issue 1).

Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>

Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>

Herdiansya. (2019). Pengembangan Wisata Sejarah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Indah Surti, F. N. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe & Resto Steak di Jakarta Selatan. *E Proceeding of Management*, 2(3), 3808–3815. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>

