

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LANGKAH KOPI BALIKPAPAN  
DIPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN

C. Prihandoyo<sup>1</sup>, Nina Indriastuty<sup>2,3</sup>, Erika Rahmawati<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup>Prodi Manajemen Universitas Balikpapan

<sup>3</sup>Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya

Pos.el: [prihandoyo@uniba-bpn.ac.id](mailto:prihandoyo@uniba-bpn.ac.id)

ABSTRAK

Dunia bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia memiliki banyak jenis kuliner, salah satunya adalah *cafe*. Banyaknya pebisnis dalam bidang ini bisa dikatakan persaingan bisnis juga semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari persaingan *cafe* yang semakin ketat dikarenakan *cafe* sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang di zaman sekarang, dengan menyediakan tempat dengan *desain interior* yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Serta menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik *jazz* dan sejarah tentang pembuatan kopi yang menarik minat beli pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan dengan responden yang diteliti sebanyak 311 orang. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah analisis linier berganda dengan melakukan uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis parsial (uji-t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Langkah Kopi Balikpapan.

**Kata kunci:** bukti fisik; keandalan; daya tanggap; jaminan; empati; kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

*The fast-growing business world in Indonesia has many types of culinary delights, one of which is cafes. With the large number of business people in this field, it can be said that business competition is also getting tougher. This can be seen from the increasingly fierce competition for cafes because cafes have become a lifestyle for most people nowadays, by providing places with attractive interior designs and offering a comfortable and pleasant atmosphere. As well as providing various concepts such as jazz music and the history of coffee making which attracts customers' buying interest. The aim of this research is to determine the effect of service quality on the level of customer satisfaction at Step Kopi Balikpapan with 311 respondents studied. This research method uses quantitative methods. Data collection through observation and distributing questionnaires via Google Form. The data analysis technique used to determine the influence of the relationship between the independent variables and the dependent variable is multiple linear analysis by carrying out instrument tests, classical assumption tests, and partial hypothesis tests (t-test). The research results show that service quality such as physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a positive and significant effect on the level of customer satisfaction at Tangga Kopi Balikpapan*

**Keywords:** Tangible; Reliability; Responsiveness; Assurance; Empathy; Customer Satisfaction.

## **PENDAHULUAN**

Dunia bisnis yang sedang berkembang pesat di Indonesia memiliki banyak jenis kuliner, salah satunya adalah *cafe*. Banyaknya pebisnis dalam bidang ini bisa dikatakan persaingan bisnis juga semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari persaingan *cafe* yang semakin ketat dikarenakan *cafe* sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang dijamin sekarang, dengan menyediakan tempat dengan *desain interior* yang menarik serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Serta menyediakan berbagai macam konsep seperti alunan musik jazz dan sejarah tentang pembuatan kopi yang menarik minat beli pelanggan.

Dengan perkembangan zaman dan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat pada saat ini para pelanggan menginginkan inovasi baru, dalam kemasan yang praktis dan *modern*, namun tanpa menghilangkan rasa aslinya. Seperti salah satunya adalah meminum kopi. Karena sejak dulu, kopi memang sudah sangat terkenal bisa menghilangkan segala penat setelah beraktifitas seharian. Baik melalui aroma kopi maupun cita rasa kopi tersebut. Setiap orang memiliki cita rasa tersendiri, beberapa lebih suka kopi biasa dan manual atau disiapkan secara individual. Sementara yang lain lebih suka kopi yang baru diseduh atau kopi dengan berbagai aditif dalam campurannya. Akan tetapi mempunyai nilai tambahan tersendiri jika dapat membuat tampilan kopi menjadi lebih menarik. Salah satu faktor penentu keberhasilan pelaku bisnis *cafe* adalah dilihat dari kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap pelanggan mengenai pembelian pada produk, khususnya para penikmat kopi.

Bisnis kuliner kopi di Indonesia menjadi bisnis yang signifikan berkembang. Berkembangnya peminat kopi menjadikan permintaan kopi di Indonesia semakin meningkat. Kementerian Perindustrian dan Perdagangan menyatakan bahwa produksi kopi nusantara merupakan ketiga terbesar di Dunia. Menurut ketua Kompartemen Industri dan Kopi Spesial Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) Pranoto Soenarko memperkirakan konsumsi kopi dipasar domestik Indonesia akan mencapai 1.6 kg – 1.7 kg per kapita. Pengamat kopi dari AEKI, Eris Susandi, melihat adanya peningkatan jumlah penikmat kopi berkualitas di Indonesia, sebagian besar jumlahnya masih didominasi oleh kalangan anak muda. Semakin maraknya bisnis kuliner dan semakin berkembangnya dunia usaha, dapat mengakibatkan suatu perusahaan yang ingin bertahan untuk tetap menjalankan usahanya harus lebih cermat dalam mengambil suatu keputusan strategi guna mengikuti segala macam perubahan yang terjadi.

Kualitas pelayanan memang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan cara yang memuaskan. Beberapa variabel kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain: (1) Bukti fisik, kemampuan penyedia jasa untuk memberikan fasilitas dan lingkungan yang memadai dan nyaman untuk pelanggan, (2) Keandalan, kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan, (3) Daya tanggap, kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, (4) Jaminan, kemampuan penyedia jasa untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan dalam menggunakan jasa yang

diberikan, (5) Empati, kemampuan penyedia jasa untuk memahami dan menanggapi perasaan pelanggan secara efektif. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa pada kelima variabel tersebut, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang di terima.

Oleh karena itu, penyedia jasa harus terus memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini memiliki tujuan antara lain: (1) Untuk mengetahui bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi di Balikpapan, (2) Untuk mengetahui kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi di Balikpapan, (3) Untuk mengetahui daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi di Balikpapan, (4) Untuk mengetahui jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi di Balikpapan, (5) Untuk mengetahui empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Tjiptono (2017, p. 136), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Adapun lima dimensi menurut Tjiptono (2017: 138), yaitu: (1) Bukti fisik (*Tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik (misalnya bangunan, gudang dan lain-lain), perangkat dan peralatan yang digunakan (teknis), dan penampilan karyawan. Indikator dari bukti fisik seperti: fasilitas lengkap, peralatan modern, penampilan karyawan.

(2) Keandalan (*Reliability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Kinerja harus memenuhi harapan pelanggan. Artinya ketepatan waktu, pelayanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, menyampaikan jasa yang sesuai. Indikator dari keandalan seperti: Pelayanan yang tepat waktu, memberikan pelayanan yang baik dan berkesan kepada pelanggan, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.

(3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), kebijakan yang dirancang untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Indikator dari daya tanggap seperti: kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan, kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan, karyawan selalu merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan.

(4) Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Indikator dari jaminan seperti: menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, mampu menciptakan rasa aman dan nyaman bagi para pelanggan, karyawan yang sudah berpengalaman di bidangnya.

(5) Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personel kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Indikator dari empati seperti: karyawan memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan, karyawan merespon dengan baik dan ramah atas apa yang diinginkan pelanggan, perusahaan memiliki jam operasional yang nyaman.

Meithiana (2019, p. 61) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Lupiyoadi (2016, p. 15) menerangkan kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Lima dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

(1) Bukti Fisik (*Tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

(2) Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dengan akurasi yang tinggi.

(3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*respon*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. (4) Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). (5) Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Kotler dan Keller (2020, p. 89) menerangkan bahwa kepuasan pelanggan adalah rasa puas atau kekecewaan seseorang pelanggan akibat membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan mereka. Disisi lain, pelanggan senang ketika harapan mereka terpenuhi. Kepuasan pelanggan dibagi menjadi dua: kepuasan fungsional yang berasal dari fitur dan penggunaan produk, dan kepuasan psikologis yang berasal dari atribut tidak berwujud. Tjiptono (2017, p. 189) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2017) adalah: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Bukti fisik (*Tangible*) menjadi salah satu kekuatan variabel kualitas pelayanan. Dengan kata lain, pelanggan senang mengunjungi kafe dan restoran karena bangunannya indah, dilengkapi dengan baik, dan didekorasi dengan

meyenangkan. Khusus untuk anak muda, tempat seperti ini merupakan pilihan yang baik untuk bertemu dengan teman-teman, mempertahankan keunggulan kafe dan restoran. Namun yang perlu ditingkatkan adalah terkait dengan perilaku karyawan kafe dan restoran. Meski tidak dianggap buruk, hal ini tentu menjadi perhatian utama bagi manajemen kafe dan restoran untuk memberikan bimbingan rutin dan menilai kinerja pelayanan karyawan. Misalnya, adanya sistem evaluasi kualitas layanan karyawan dari pelanggan untuk memastikan bahwa karyawan akan berperilaku lebih baik di masa depan dalam melayani konsumen (Waluyowati, 2022).

Keandalan (*Reliability*) juga merupakan kekuatan dalam kualitas pelayanan yang tentu saja untuk kepuasan pelanggan. Jasa Keandalan dalam bekerja sangat dibutuhkan karena untuk menyelesaikan berbagai macam keluhan dan tanggapan pelanggan. Bukan hanya sekedar menyelesaikan suatu tanggapan tapi melaksanakannya dengan tepat dan terpercaya (Waluyowati, 2022). Daya tanggap (*Responsiveness*) sangat penting karena hal tersebut merupakan sikap yang harus dimiliki karyawan untuk sigap, cepat, dan tanggap dalam membantu dan melayani pelanggan. Pelanggan akan merasa senang dan akan menilai baik tempat tersebut jika karyawan memberikan effort yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Waluyowati, 2022).

Jaminan (*Assurance*) merupakan indikator yang harus dimiliki karyawan yaitu untuk memahami produk secara tepat. Hubungan dari indikator ini untuk mendapatkan penilaian kepuasan dari pelanggan, karena karyawan harus memiliki sikap kompetensi yang merupakan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan, kemudian kesopanan yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan, serta kredibilitas yang meliputi hal-hal yang mendukung dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, dan prestasi (Waluyowati, 2022). Salah satu cara *Cafe Langkah Kopi* memberikan empati adalah dengan memperhatikan keadaan pelanggan sebelum menawarkan produk yang ingin dijualnya. Dengan mengetahui keadaan pelanggan tersebut, *cafe Langkah Kopi* dapat memberikan perhatian lebih kepada masyarakat sehingga hal tersebut menambahkan poin baik bagi pihak *cafe* agar terciptanya kepuasan pelanggan (Waluyowati, 2022).

Berdasarkan hubungan antar variabel yang telah diuraikan di atas maka hipotesis penelitian ini dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan hasil rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka dibuatlah hipotesis seperti: (1) Diduga bahwa bukti fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (2) Diduga bahwa keandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (3) Diduga bahwa daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi di Balikpapan, (4) Diduga bahwa jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (5) Diduga bahwa empati (*empathy*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. yakni adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Cara pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *random sampling*.

Menurut Sugiyono (2017, p. 82), *random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang berkunjung ke Langkah Kopi Balikpapan pada bulan Juli-Desember 2022 sebanyak 1.620 pelanggan. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5%, maka sampel yang diteliti adalah sebanyak 311 responden Langkah Kopi Balikpapan yang berlokasi di Jalan Mulawarman Manggar Baru Kota Balikpapan, Balikpapan Timur, Kalimantan Timur. Pengujian instrumen penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik dengan uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi. Pengujian hipotesis atau dugaan sementara pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi (R).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil Pengujian Instrument pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 27 pada 30 responden dan variabel yang akan diuji terdiri dari variabel bebas (dependen) yaitu variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati serta variabel terikat (*independent*) yaitu kepuasan pelanggan. Uji validitas adalah pengujian kuisisioner atau daftar pertanyaan.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi  $r_{hitung}$  seluruh pernyataan lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0.361), sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Hasil uji validitas yang menyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid terdapat dalam tabel 1 berikut.

**Tabel 1 Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item	Pearson Correlations	r-tabel n = 30	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0,864	0,361	Valid
	X1.2	0,854	0,361	Valid
	X1.3	0,904	0,361	Valid
Keandalan (X2)	X2.1	0,678	0,361	Valid

Variabel	Item	Pearson Correlations	r-tabel n = 30	Keterangan
Daya Tanggap (X3)	X2.2	0,833	0,361	Valid
	X2.3	0,847	0,361	Valid
	X3.1	0,894	0,361	Valid
	X3.2	0,831	0,361	Valid
	X3.3	0,827	0,361	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,797	0,361	Valid
	X4.2	0,891	0,361	Valid
	X4.3	0,892	0,361	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,912	0,361	Valid
	X5.2	0,778	0,361	Valid
	X5.3	0,803	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,845	0,361	Valid
	Y1.2	0,894	0,361	Valid
	Y1.3	0,822	0,361	Valid

Sumber : Hasil penelitian, 2023

Selain itu, pada nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian adalah reliabel. Hasil uji reliabilitas yang menyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel terdapat dalam tabel 2 berikut.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,854	0,70	Reliabel
Keandalan (X2)	0,856	0,70	Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,860	0,70	Reliabel
Jaminan (X4)	0,869	0,70	Reliabel
Empati (X5)	0,856	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,867	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

### Hasil Asumsi Klasik

Perolehan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas yang menyatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas terdapat dalam tabel 3 berikut.

**Tabel 3 Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic		Standar Tolerance	Standar VIP	Keterangan
	Tolerance	VIP			
Bukti Fisik (X1)	0,622	1,607	0,1	10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Keandalan (X2)	0,610	1,639	0,1	10	
Daya Tanggap (X3)	0,567	1,764	0,1	10	
Jaminan (X4)	0,802	1,248	0,1	10	
Empati (X5)	0,651	1,537	0,1	10	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas yang menyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas terdapat dalam tabel 4 berikut.

**Tabel 4 Uji Heteroskedastisitas**

Variabel Bebas	Sig.	Standar	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,260	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keandalan (X2)	0,865		
Daya Tanggap (X3)	0,295		
Jaminan (X4)	0,606		
Empati (X5)	0,447		

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa nilai dari koefisien  $\beta$  dari keempat variabel bebas tersebut tidak adanya gejala heteroskedastisitas karena nilai koefisien  $\beta > 0,05$ .

Hasil uji autokorelasi yang menyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi terdapat dalam tabel 5 berikut.

**Tabel 5 Uji Autokorelasi**

Nilai	dL	dU	Ketentuan	Keterangan
<b>Durbin-Watson</b>				
1,998	1,775	1,833	Du < DW < 4-Du (1,833 < 1,953 < 2,167)	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai DW dapat diketahui 1,953, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, dengan jumlah sampel 281 (n) dan jumlah variabel independen 5 (k = 5), maka diperoleh nilai du dan nilai 4-du yaitu 1,833 (dU)  $\leq$  1,998 (Dw)  $\leq$  2,167 (4-dU), sehingga dapat dipastikan tidak terjadi autokorelasi antara variabel yang diteliti.

**Analisis Regresi Berganda**

Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan. Perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 26.0 terhadap data yang telah ditentukan dalam tabel 6 berikut.

**Tabel 6 Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	1,149	0,342		3,360	0,001
Bukti Fisik	0,141	0,061	0,140	3,299	0,022
Keandalan	0,152	0,061	0,155	2,514	0,013
Daya Tanggap	0,249	0,054	0,294	4,604	0,000
Jaminan	0,045	0,046	0,053	0,984	0,326
Empati	0,125	0,057	0,130	2,181	0,030
R = 0,603			f-hitung = 31,444		
R-Square = 0,364			f-tabel = 2,24		
Adjusted R-Square = 0,352			t-tabel = 1,968		
			Sig. = 0,001		

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil analisis data program SPSS dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:  $Y = 1,149 + 0,141 X_1 + 0,152 X_2 + 0,249 X_3 + 0,045 X_4 + 0,125 X_5$ . Hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Koefisien konstanta sebesar 1,149 dimana nilai ini menunjukkan bahwa pada saat semua variabel bebas (independen) yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati bernilai konstan atau nilainya sama atau tetap, maka pengaruh variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,149. (2) Nilai koefisien regresi setiap variabel bebas bervariasi, sehingga pengaruhnya juga tidak sama dapat dijelaskan sebagai berikut: pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien regresi sebesar 0,141, yang artinya apabila bukti fisik mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,141, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam keadaan konstan atau tetap.

Pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe* Langkah Kopi Balikpapan adalah positif dengan koefisien regresi sebesar 0,152, yang artinya apabila keandalan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,152, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam keadaan konstan atau tetap. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien regresi sebesar 0,249, yang artinya apabila daya tanggap mengalami peningkatan sebesar

satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,249, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam keadaan konstan atau tetap.

Pengaruh jaminan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien regresi sebesar 0,045 artinya apabila jaminan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,045, dalam keadaan konstan atau tetap. Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien regresi sebesar 0,125, yang artinya apabila empati mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,125, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam keadaan konstan atau tetap.

**Pengujian Hipotesis**

**Tabel 7 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		<i>Sum of squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	<i>Regression</i>	183,536	5	36,707	31,444	0,000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>	321,034	275	1,3167		
	<b>Total</b>	504,569	280			

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Nilai F-hitung sebesar 31,444 dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar 2,24 yang berarti bahwa variabel bebas yang meliputi bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada *cafe* Langkah Kopi Balikpapan.

**Tabel 8 Hasil Uji t**

Variabel	<i>Unstandardized coefficients</i>		<i>Standardized coefficients</i>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
	<b>B</b>	<i>Std. Error</i>	<b>Beta</b>		
Konstanta	1,149	0,342		3,360	0,001
Bukti Fisik	0,141	0,061	0,140	3,299	0,022
Keandalan	0,152	0,061	0,155	2,514	0,013
Daya Tanggap	0,249	0,054	0,294	4,604	0,000
Jaminan	0,045	0,046	0,053	0,984	0,326
Empati	0,125	0,057	0,130	2,181	0,030

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 8 tersebut, dapat dijelaskan hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagai berikut: (1) Pengujian hipotesis pertama yakni bukti fisik

secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,022 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 3,360 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 yang mengartikan bahwa hipotesis pertama diterima. (2) Pengujian hipotesis kedua yakni keandalan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,013 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 2,514 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 yang mengartikan bahwa hipotesis kedua diterima. (3) Pengujian hipotesis ketiga yakni daya tanggap secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,000 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 4,604 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 yang mengartikan bahwa hipotesis ketiga diterima. (4) Pengujian hipotesis keempat yakni jaminan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,326 yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 0,984 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 yang mengartikan bahwa hipotesis diterima. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (5) Pengujian hipotesis kelima yakni empati secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan ditunjukkan oleh nilai koefisien signifikan secara parsial sebesar 0,030 yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 2,181 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,968 yang mengartikan bahwa hipotesis kelima diterima.

**Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summaryb					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,603a	0,364	0,352	1,080	1,988

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada koefisien korelasi (R) diperoleh nilai sebesar 0,603 yang artinya bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan. Adapun hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,352 yang artinya bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara

keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan sebesar 35,2%, sedangkan 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, dapat diambil kesimpulan bahwa: (1) Hipotesis pertama bukti fisik terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (2) Hipotesis kedua keandalan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (3) Hipotesis ketiga daya tanggap terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (4) Hipotesis keempat jaminan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan, (5) Hipotesis kelima empati terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Langkah Kopi Balikpapan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abram, T. B., & Mangindaan, J. V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*, 4(1), 1-5.
- Andhikasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Mabar & Game Coffee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 152-160.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe ELS Coffee Di Padang. *Jurnal Matua, Vol. 4 No. 2*, 4(2), 215-226.
- Choiroh, N. J., & Saino. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Milk Me Cafe. 1-13.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa, Sul-Sel: Global RCI.
- Devi, P. O., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Massa Coffee Shop Bandung. *Jurnal of Economics and Business*, 6(1), 228.
- Dinar, S. A., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bisnis Kuliner Cafe. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol.1 No.1, 1*, 34-38.
- Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, dan R&D*. Bandung.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*. Semarang.
- Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Penerbitan Salemba Empat.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 1(01), 1-14.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, Jawa Timur.
- Nagara Y., A., Purnamawati, E., & Suryadi, A. (2020). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Dan Triz (Studi Kasus Pada Cafe XYZ). *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 76-86.
- Risma, Muhyadin, S., & Pratiwi, I. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto & Cafe Rumah Laut Jayapura. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.1 No. 1*, 1-23.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Cafe Just 4 Fun Balikpapan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 57-63.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Terenggana, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Aceh Di Kota Palembang. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*, 3(2), 193-202.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waluyowati, N. P., & Bustomi, M. I. (2022). Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelanggan Coffee Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 13-18.