

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN COFFEE SHOP YANG ADA DI KOTA GORONTALO

Muhamad Zidan Papatungan^{*1)}, Asda Rauf²⁾, Yuriko Boekoesoe³⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

Jl. Prof. Dr. Ing. B.J Habibie Kab. Bone Bolango, 96119

²⁾³⁾⁴⁾Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

Jl. Prof. Dr. Ing. B.J Habibie Kab. Bone Bolango, 96119

ABSTRACT

This research is research that aims to find out the level of consumer satisfaction with the quality of coffee shop services in the city of Gorontalo. This research was carried out at the Gorontalo City Coffee Shop with a sample size of 80 respondents and used multiple linear regression data analysis. The results show that the influence of consumer satisfaction on the quality of coffee shop waiter performance in Gorontalo City shows that there are 4 indicators that influence consumer satisfaction with the quality of coffee shop waiter performance, namely: the constraint variable with a t-calculated value of 7.314, the capture capacity variable with a t-calculated value 4,000, the concern variable with a t-value of 2,402 and the physical evidence variable with a t-value of 3,626. Meanwhile, from the R2 determination test, it can be seen from the existing table that the value of the Adjusted R Square is 0.707 or 70.7% of the variables that can be explained and explained in the research. Meanwhile, 30.3% are outside the field of this research. The result is close to 1, which means that the variables X1 constraint, X2 responsiveness, X3 guarantee, X4 concern and X5 physical evidence provide almost everything needed for customer satisfaction.

Keywords: Performance, satisfaction, customer, service

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan coffee shop di kota Gorontalo. Penelitian ini dilaksanakan di Coffee Shop Kota Gorontalo dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden dan menggunakan analisis data regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas kinerja pelayan coffee shop di Kota Gorontalo terlihat bahwa ada 4 indikator yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap kualitas kinerja pelayan coffee shop yaitu: variabel kendala dengan nilai t-hitung 7.314, variabel daya tangkap dengan nilai t-hitung 4.000, variabel kepedulian dengan nilai t-hitung 2.402 dan variabel bukti fisik dengan nilai t-hitung 3.626. Sedangkan pengujian determinasi R² dapat diketahui dari tabel yang ada bahwa nilai dari pada Adjusted R Square sebesar 0.707 atau sebesar 70.7 % variabel yang dapat diterangkan dan dijelaskan dalam penelitian. Sedangkan 30.3% diluar dari lapangan penelitian ini. Hasil yang mendekati angka 1 yang berarti variabel X1 kendala, X2 daya tanggap, X3 jaminan, X4 kepedulian dan X5 bukti fisik memberikan hampir semua yang diperlukan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kinerja, kepuasan, konsumen, pelayanan

PENDAHULUAN

Coffee shop adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang tidak hanya sejenis kopi tetapi minuman penunjang lainnya, juga dilengkapi fasilitas yang dapat membuat orang nyaman seperti wifi, live music, televisi, buku bacaan dengan desain interior yang nyaman, estetik, sederhana, dan elegan. Kualitas merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan pencapaian sebuah proses, produk, manusia, dan lingkungan, yang memenuhi bahkan melampaui harapan. Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan pelayanan secara nyata yang diterima konsumen. Kualitas produk dan pelayanan yang baik dalam suatu coffee shop, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul akibat dari perbandingan antara harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikasi yang menentukan kualitas dari sebuah coffee shop yang menawarkan barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas

*Alamat Email:

papatunganzidan@gmail.com

utama bagi coffee shop tersebut. Di Kota Gorontalo jika dilihat dari sebarannya, data jumlah coffee shop atau kedai kopi di kota Gorontalo yang terdaftar di google maps kurang lebih ada 203 coffee shop dengan desain, konsep, dan ciri khas masing-masing coffee shop. Dari data tersebut pasti setiap coffee shop memiliki perbedaan, khususnya dalam kualitas pelayanan yang nantinya akan berdampak pada kepuasan konsumen, sehingga itu penulis ingin melakukan analisis tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan coffee shop yang ada di kota Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan coffee shop di kota Gorontalo.

TINJAUAN PUSTAKA

Coffee Shop

Bisnis kedai kopi mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini terjadi karena adanya pergeseran hidup dan trend dikalangan masyarakat yaitu tren nongkrong di Coffee Shop (kedai kopi). Fenomena ini menjadikan suatu peluang bisnis tersendiri bagi para pengusaha kedai kopidan calon pengusaha kedai kopi. Meskipun persaingan dalam bisnis kedai kopicukup ketat, tidak usah khawatir dengan persaingan usaha kedai kopi, karena setiap usaha kedai kopipasti memiliki pasar sendiri dan konsep yang berbeda. Para pengusaha minuman kopi harus mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mengantisipasi hal ini para pengusaha harus tetap konsisten dalam memberikankopi berkualitas sehingga tercapainya kepuasan konsumen (LC Sumartini, DFA Tias 2019: 122).

Menurut Chandra, A. Y., Kurniawan, D., & Musa, R. (2020) Coffee shop merupakan tempat ramai yang sering dikunjungi oleh setiap orang yang ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai dan berbincang-bincang maupun menyelesaikan tugas pribadi, dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan sesuai yang diinginkan, selain itu dengan adanya fasilitas yang disediakan coffee shop seperti tempat yang nyaman, akses untuk internet secara gratis, buku bacaan, dan musi.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan

ataupun kualitas produk yang telah didapatkan dengan membandingkan antara apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Irwansyah dan Mappadeceng, 2018:129).

Definisi kepuasan konsumen ialah reaksi setelah pembelian konsumen dan dapat berupa kegembiraan, ketidakpuasan, kemarahan, dan kesenangan karena kepuasan adalah keadaan emosional. Kepuasan juga dipengaruhi oleh reaksi emosional konsumen terhadap produk atau kinerja layanan, serta perbandingan yang diharapkan dengan yang dirasakan (Agustian, 2022:1429). Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan sekumpulan atribut yang menjadi ciri suatu produk atau pelayanan yang didasarkan sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan bagi pemasar, kualitas pelayanan merupakan rincian produk atau jasa yang direncanakan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang telah diterima atau dirasakan. Kualitas pelayanan (service quality) dapat juga didefinisikan sebagai persepsi dari perbandingan antara harapan dan kinerja actual pelayanan yang diterima oleh pelanggan (Salim Al Idrus, 2019:30).

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang/jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan mengandung pengertian setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Susilo et al., 2018:6).

Menurut Tjiptono (2019:218) terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan, meliputi:

1. Keandalan

Keandalan atau reliability adalah kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.

2. Daya tanggap

Daya tanggap atau responsiveness merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.

3. Jaminan

Jaminan atau assurance adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.

4. Kepedulian

Empati merupakan kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

5. Bukti Fisik

Bukti fisik atau tangibles adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.

Metode pengambilan sampelnya menggunakan accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara langsung dimana peneliti bertemu langsung dan membagikan kuisioner ke pada pelanggan yang ada di coffee shop yang sudah lebih dari satu kali berkunjung ke coffee shop.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini metode analisis data menggunakan analisis Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel atau lebih terhadap variabel lain.

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + e$$

Di mana:

- Y = Kepuasan konsumen
- a = konstanta
- b1-b5 = koefisien regresi
- X1 = Reliability
- X2 = Responsiveness
- X3 = Assurance
- X4 = Empathy
- X5 = Tangibles
- ε = error

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kota Gorontalo, alasan dipilihnya lokasi ini karena di kota Gorontalo merupakan pusat provinsi, dengan banyaknya pertokoan, perkantoran, kampus, dan sekolah, sehingga memancing banyak munculnya coffee shop-coffee shop dengan alasan menjadi tempat untuk melepas penat, istirahat, maupun tempat untuk mengerjakan tugas sekolah, kuliah, maupun kantor. Ini juga yang menjadi salah satu alasan penulis melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan di coffee shop yang ada di kota Gorontalo.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan, seperti dari wawancara atau pengisian kuisioner yang dibagikan atau di lakukan oleh peneliti. Sumber data adalah pelanggan yang dimintai tanggapan melalui kuisioner yang diberikan kepada responden tentang bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan.

Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan non probability sampling, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:82).

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (Bi) sama dengan nol. Uji signifikansi merupakan prosedur yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kesalahan hipotesis nol dan hasil sampel. Ide pokok yang melatar belakangi pengujian signifikansi adalah uji statistik dan distribusi sampel dari suatu statistik di bawah hipotesis nol. Keputusan untuk menolak Ho dibuat berdasarkan nilai uji statistik yang diperoleh dari data yang ada.

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel bebas yang lain konstan.

Hipotesis nol yang digunakan:

H0: bi = 0 variabel independen bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

H1: $b_i \neq 0$ variabel independen merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variable dependen.

Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari pada t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variable independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variable dependen.

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$ semua parameter secara simultan sama dengan nol. Artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. $H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$ tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol. Artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan statistic uji f (simultan):

1. Quick look: Bila nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak dengan derajat kepercayaan 5% hipotesis alternatif diterima, yang berarti semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis alternatif diterima.

Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel variabel independen hampir memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar dengan menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variable independen pasti akan meningkatkan koefisien determinasi tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengatasi kelemahan tersebut maka dapat digunakan R^2 adjusted.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas Berikut merupakan hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 21 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 1.

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.543	Valid
2	.217	.588	Valid
3	.217	.599	Valid
4	.217	.481	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitas variabel kepuasan konsumen (y) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai r tabel dan r hitung diketahui bahwa hasil menunjukan nilai R hitung > nilai r tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam variabel Y dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2.

Hasil Uji Validitas Variabel X1. Keandalan (Reliability)

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.543	Valid
2	.217	.588	Valid
3	.217	.599	Valid

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
4	.217	.481	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitasvariabel kepuasan konsumen (y) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai r tabel dan r hitung diketahui bahwa hasil menunjukkan nilai R hitung > nilai r tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam variabel Y dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3.

**Hasil Uji Validitas Variabel X2
Daya tanggap (Responsiveness)**

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.507	Valid
2	.217	.521	Valid
3	.217	.538	Valid
4	.217	.441	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitasvariabel X2 daya tanggap (responsiveness) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai R tabel dan R hitung diketahui bahwa hasil menunjukkan nilai R hitung > nilai R tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam variabel X2 daya tanggap (responsiveness) dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 4.

**Hasil Uji Validitas Variabel X3
Jaminan (Assurance)**

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.528	Valid
2	.217	.469	Valid
3	.217	.528	Valid
4	.217	.619	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitas variabel Variabel X3 Jaminan (assurance) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai R tabel dan R hitung diketahui bahwa hasil

menunjukkan nilai R hitung > nilai R tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam Variabel X3 Jaminan (assurance) dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 5.

**Hasil Uji Validitas Variabel X4
Kepedulian (Empathi)**

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.461	Valid
2	.217	.508	Valid
3	.217	.425	Valid
4	.217	.490	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitasvariabel Variabel X4 Kepedulian (Empathi) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai R tabel dan R hitung diketahui bahwa hasil menunjukkan nilai R hitung > nilai R tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam Variabel X4 Kepedulian (Empathi) dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 6.

**Hasil Uji Validitas Variabel X5
Bukti Fisik (Tangible)**

Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	.217	.354	Valid
2	.217	.646	Valid
3	.217	.433	Valid
4	.217	.626	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas mengenai uji validitasvariabel Variabel X5 Bukti fisik (tangible) terlihat bahwa setelah dilakukan perbandingan antara nilai R tabel dan R hitung diketahui bahwa hasil menunjukkan nilai R hitung > nilai R tabel maka dapat diartikan bahwa semua pertanyaan yang tertera didalam Variabel X5 Bukti fisik (tangible) dinyatakan valid dan bisa dijadikan suatu alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan.

Uji Reliabilitas

Tabel 7.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R Tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Y. Kepuasan Konsumen	0,6	.721	Reliabel
X1. Keandalan	0,6	.760	Reliabel
X2. Daya tanggap	0,6	.769	Reliabel
X3. Jaminan	0,6	.782	Reliabel
X4. Kepedulian	0,6	.791	Reliabel
X5. Bukti fisik	0,6	.786	Reliabel

Sumber: Data Sekunder Diolah di SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil pengujian reliability diketahui bahwa variabel-variabel yang tertera pada tabel memiliki Nilai Cronbach's Alpha sebesar > 0.6, Maka dapat diartikan kuesioner atau data kuesioner yang tertera dinyatakan reliabel. Sehingga bisa digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian.

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T (Parsial)

Uji t adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitas atau nilai signifikansi 0,05 atau dengan membandingkan thitung dan t tabel. (Basuki dan Prawoto,

2017:88). Nilai t tabel pada penelitian ini sebesar 1.992 dimana nilai itu diperoleh dari nilai pada tabel distribusi t dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k-1)$ atau $(80-5-1) = 74$.

Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji t (parsial) adalah:

- a. $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b. $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas mempengaruhi tetapi tidak signifikan terhadap variabel terikat.

Berikut merupakan hasil dari pengujian Regresi dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients B	T-Tabel	T-Hitung	Sig.
(Constant)	.304		.199	.843
X1. Keandalan	.415	1.992	7.314	.000
X2. Daya tanggap	.245	1.992	4.000	.000
X3. Jaminan	-.101	1.992	-1.555	.124
X4. Kepedulian	.174	1.992	2.402	.019
X5. Bukti fisik	.226	1.992	3.626	.001

Sumber: Data Sekunder Diolah di SPSS 21, 2024

$$Y = 0.304 + 0.415 + 0.245 - 0.101 + 0.174 + 0.226$$

Berdasarkan model persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar merupakan nilai tetap yang berarti bahwa rata-rata skor yang didapat responden ketika tidak terdapat pengaruh antara X^1 (Keandalan),

X^2 (Daya tanggap), X^3 (Jaminan), X^4 (Kepedulian), dan X^5 (Bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen, maka nilainya tetap sebesar 0.304.

- b. Nilai Koefisien X^1 (Kendala) dengan nilai sebesar 0.415 dengan nilai presentase 41.5% dan bertanda (+) Positif. Menunjukkan bahwa kendala mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini

- mengandung arti bahwa setiap kenaikan skor kendala sebesar 1% maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar 41.5% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung untuk kendala sebesar 7.314 dan taraf signifikansi sebesar 0.000, yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.314 > 1.992$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). artinya variabel X^1 Kendala memiliki kontribusi terhadap variabel Y Kepuasan konsumen. Nilai t hitung (+) positif menunjukkan bahwa kendala memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal itu berarti bahwa variabel X^1 kendala secara parsial memiliki berpengaruh kepuasan konsumen.
- c. Nilai Koefisien X^2 (Daya Tangkap) dengan nilai sebesar 0.245 dengan nilai presentase 24.5% dan bertanda (+) Positif. Menunjukkan bahwa daya tangkap mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan skor daya tangkap sebesar 1% maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar 24.5% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung untuk daya tangkap sebesar 4.000 dan taraf signifikansi sebesar 0.000, yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.000 > 1.992$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0.000 < 0.05$). artinya variabel X^2 daya tangkap memiliki kontribusi terhadap variabel Y kepuasan konsumen. Nilai t hitung (+) positif menunjukkan bahwa daya tangkap memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal itu berarti bahwa variabel X^2 daya tangkap secara parsial memiliki kepuasan konsumen.
- d. Nilai Koefisien X^3 (Jaminan) dengan nilai sebesar -0.101 dengan nilai presentase 10.1% dan bertanda (-) negatif. Menunjukkan bahwa jaminan mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan kepuasan konsumen. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan skor jaminan sebesar 1% maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar -10.1% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung untuk jaminan sebesar -1.555 dan taraf signifikansi sebesar 0.000, yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-1.555 > 1.992$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0.124 < 0.05$). artinya variabel X^3 jaminan memiliki kontribusi terhadap variabel Y kepuasan konsumen. Nilai t hitung (-) negatif menunjukkan bahwa jaminan memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan kepuasan konsumen. Hal itu berarti bahwa variabel X^3 jaminan secara parsial memiliki berpengaruh kepuasan konsumen. Nilai Koefisien X^4 (Kepedulian) dengan nilai sebesar 0.174 dengan nilai presentase 17.4% dan bertanda (+) Positif. Menunjukkan bahwa kepedulian mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan skor kepedulian sebesar 1% maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar 17.4% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung untuk kepedulian sebesar 2.402 dan taraf signifikansi sebesar 0.000, yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.402 > 1.992$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0.019 < 0.05$). artinya variabel X^4 daya tangkap memiliki kontribusi terhadap variabel Y kepuasankonsumen. Nilai t hitung (+) positif menunjukkan bahwa kepedulian memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal itu berarti bahwa variabel X^4 daya tangkap secara parsial memiliki kepuasan konsumen.
- e. Nilai Koefisien X^5 (Bukti fisik) dengan nilai sebesar 0.226 dengan nilai presentase 22.6% dan bertanda (+) Positif. Menunjukkan bahwa bukti fisik mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan skor bukti fisik sebesar 1% maka variabel Beta (Y) akan naik sebesar 22.6% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung untuk bukti fisik sebesar 3.626 dan taraf signifikansi sebesar 0.000, yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.626 > 1.992$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari nilai alpha ($0.001 < 0.05$). artinya variabel X^5 bukti fisik memiliki kontribusi terhadap variabel Y kepuasan konsumen. Nilai t hitung (+) positif menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Hal itu berarti

bahwa variabel X⁵ bukti fisik secara parsial memiliki kepuasan konsumen. Model regresi adalah tetap.

KESIMPULAN

Secara parsial variabel keandalan (X1), variabel daya tanggap (X2), variabel kepedulian (X4), dan variabel bukti fisik (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel jaminan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Secara simultan faktor-faktor keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), kepedulian (X4), dan bukti fisik (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan R² sebesar 70,7% dan 30,3% di pengaruhi faktor-faktor di luar variabel yang di analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Beu, Siti Nur Fadhillah. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Kota Gorontalo Dan Kabupaten Gorontalo. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
- Chandra, A. Y., Kurniawan, D., & Musa, R. (2020). Perancangan Chatbot Menggunakan Dialogflow Natural Language Processing (Studi Kasus: Sistem Pemesanan pada Coffee Shop). *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(1), 208-215.
- Dakira. 2022. Peta Gorontalo Lengkap Hd Terbaru Dan Keterangannya. <https://peta-hd.com/peta-kotagorontalo/>. Diakses 8 januari 2023.
- Fauzi, E.P (2019). Kedai kopi dan komunitas seni sebagai wujud ruang publik modern. *Jurnal Jurnalisa*, 5(1).
- Idrus, Salim Al. 2019. Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. Malang: MMC, Publishing.
- Ilahi, Andi Alfianto Anugrah, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Bank. *Jurnal*. Amsir Bunga Rampai 1(1), 30-31.
- Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya 10 (2), 109–124.
- Kogoya, Midiles. 2022. Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Motifasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Ud. Linggarjati Biru Jember. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Jember.
- Megawati, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal ilmiah agribisnis* 1(1), 25-34.
- Mootalu, Chahyani R, dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Moya Shop Kota Gorontalo. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis* 5(2), 568-575
- Nugraheni, K. S. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38-48.
- Ningsi, Armini, dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Kulo Di Samarinda. *Jurnal ekonomi dan bisnis marketing*. 2(2), 46-52.
- Gea, Nova Elhan, dkk. 2022. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE. *Jurnal akuntansi, manajemen, dan ekonomi*. 1 (1), 153 – 158.
- Purnama Ade. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome Dikantor Pelayanan Lembong Bandung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan.
- Rasyidi, M. N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “Andina” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Edisi Januari- Juni 2019(1).
- Roni, Mukran, Made Herce. 2022. Pengaruh Hualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan danKonseling* 4 (4), 2.
- Rusyidi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Samsudin, R. M. (2021). Pengaruh

Jumlah Nelayan Dan Jumlah Kapal Terhadap Produksi Perikanan Di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Akuatek*, 46-47.

Susilo, H., Haryono, dkk. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpad, 4(4), 1–20.

Sutedja, Wira. 2007. Panduan Layanan Konsumen. Jakarta: PT Grasindo.

Tjiptono, Fandy. 2017 Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Widiarsa, okto. 2011. Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Ciputra Semarang). *Skripsi*. Fakultas ekonomi, Universitas Diponegoro.