

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI RUMH MANTAN KM 3 BALIKPAPAN

Romy Sahrul Erick Rafael¹, C. Prihandoyo², Dwi Taufik Rohman³

Universitas Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia^{1,2,3,4}

Email: romyerick5@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the effect of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy on consumer satisfaction. This type of research is quantitative. Data collection techniques were carried out by observation, interviews, and distributing questionnaires to 96 respondents who were sampled in this study. This study used multiple linear regression analysis methods, classical assumption tests, and hypothesis tests. Data analysis was processed using SPSS version 24.0. The results of the study showed that the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously had a significant influence on consumer satisfaction, while partially the variables of physical evidence had a positive and significant effect on consumer satisfaction, reliability did not have a significant effect on consumer satisfaction, responsiveness did not have a significant effect on consumer satisfaction, assurance did not have a significant effect on consumer satisfaction, and empathy had a significant positive effect on consumer satisfaction

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner pada 96 responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Analisis data diolah menggunakan SPSS versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan konsumsi kopi di Indonesia sangat pesat, hal ini didorong oleh gaya hidup modern kemudian adanya urbanisasi, dan pertumbuhan kelas menengah, terutama di kalangan anak muda (Milenial & Gen Z). Dari budaya warung kopi tradisional, kini menjamur kedai kopi modern, RTD, dan spesialisasi kopi terutama kopi susu gula aren yang favorit mendorong peningkatan konsumsi per kapita, mengintegrasikan kopi ke rutinitas harian sebagai identitas dan sosialisasi. Hal ini bisa terlihat dari munculnya kedai kedai kopi modern yang ada dikota kota besar bahkan sampai ke pelosok pelosok. Pertumbuhan jumlah kedai kopi ini secara signifikan akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat diantara kedai kedai kopi itu.

Kedai Kopi sering kali mencoba menawarkan sesuatu yang unik, seperti biji kopi spesial, metode seduh yang berbeda, suasana kafe yang nyaman, atau layanan pelanggan yang luar biasa, untuk membedakan diri dari kompetitornya. Hal lain yang dilakukan oleh pemilik Kedai Kopi adalah Peningkatan Kualitas, dimana persaingan sering kali mendorong inovasi dan peningkatan kualitas, baik dari segi produk maupun pelayanan, karena bisnis yang tidak dapat bersaing akan tertinggal. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan kepada kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, dan keunggulan kompetitif, karena pelayanan yang baik memenuhi harapan pelanggan, mendorong mereka untuk kembali, membangun citra positif, serta menjadi pembeda

dari pesaing. Kualitas pelayanan yang buruk sebaliknya dapat menurunkan kepuasan, menimbulkan keluhan, dan membuat pelanggan beralih.

Kepuasan Konsumen merupakan konsep pokok dalam bisnis dan manajemen, sekaligus tujuan utama dari aktivitas usaha. Konsep ini memberikan kontribusi signifikan terhadap berbagai aspek krusial, seperti pembentukan loyalitas pelanggan, peningkatan reputasi perusahaan, penurunan elastisitas harga, pengurangan biaya transaksi masa depan, serta peningkatan efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono & Chandra, 2016, p.204). Kepuasan konsumen dapat diengaruhi beberapa faktor salah satunya kualitas pelayanan tersebut.

Service Quality adalah sebagai selisih antara harapan konsumen terhadap pelayanan yang diantisipasi dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima secara aktual. *Service Quality* dapat diukur dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diperoleh dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2020, p.216). Kualitas Pelayanan memiliki dimensi dan indikator seperti: (1) Bukti Fisik merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menampilkan keberadaan pihak eksternal melalui penampilan fisik, infrastruktur, serta kondisi lingkungan sekitar sebagai representasi nyata dari pelayanan yang disediakan, (2) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat waktu, akurat, dan dapat diandalkan sesuai janji, selaras dengan ekspektasi konsumen, (3) Daya tanggap mencakup kemampuan untuk merespon secara cepat, tepat, dan informatif dalam membantu konsumen, (4) Jaminan melibatkan pengetahuan, kesopanan, serta kompetensi karyawan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, (5) Empati adalah pemberian perhatian individual yang tulus, dengan upaya memahami dan mengakomodasi kebutuhan serta keinginan konsumen secara mendalam.

Dari fenomena yang ada, berkembangnya kedai kopi di Balikpapan diikuti dengan kedai kopi yang berada di Balikpapan Utara, disana berbagai macam kedai kopi memenuhi di setiap sudut kota. Banyak ditemukan *coffee shop* mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga kalangan menengah ke atas. *Coffee shop* yang berada di Balikpapan Utara seperti 28 *coffee*, Kopi Hitam Manis, Sebar *coffee*, Kopi UD-Jaya, Kopi Rumah Mantan dan lain-lain. Hal ini akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat, dan untuk tetap bisa bertahan dalam usaha kedai kopi ini adalah meningkatkan kualitas Pelayanan. Salah satu *coffee shop* yang ada di Balikpapan Utara adalah Kopi Rumah Mantan Km 3. *Coffee shop* ini mengusung gaya *industrial/warehouse-style*, memiliki konsep yang memberikan kesan modern dan *urban chill*. Kopi Rumah Mantan berpegangan pada Kualitas pelayanan yang sangat berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang baik memenuhi harapan pelanggan, mendorong mereka untuk kembali, membangun citra positif, serta menjadi pembeda dari pesaing.

Berdasarkan fenomena bisnis yang terjadi, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pada konsumen Kopi Rumah Mantan KM 3 Balikpapan sejumlah 2.525 responden yang merupakan populasi dari konsumen kopi rumah mantan pada bulan Oktober 2024. Sampel yang ditentukan menurut rumus slovin adalah sejumlah 96 responden. Teknik analisis yaitu uji instrumen dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas. Analisis regresi liner berganda, uji anova dan uji hipotesis menggunakan SPSS versi 26.

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlations	r-tabel, n = 96	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0,539	0,2006	Valid
	X1.2	0,543	0,2006	Valid
	X1.3	0,531	0,2006	Valid
	X1.4	0,688	0,2006	Valid
Keandalan (X2)	X2.1	0,680	0,2006	Valid
	X2.2	0,620	0,2006	Valid

	X2.3	0,385	0,2006	Valid
	X2.4	0,700	0,2006	Valid
Daya Tanggap (X3)	X3.1	0,668	0,2006	Valid
	X3.2	0,733	0,2006	Valid
	X3.3	0,710	0,2006	Valid
	X3.4	0,777	0,2006	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,781	0,2006	Valid
	X4.2	0,692	0,2006	Valid
	X4.3	0,693	0,2006	Valid
	X4.4	0,633	0,2006	Valid
	X4.5	0,752	0,2006	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,701	0,2006	Valid
	X5.2	0,819	0,2006	Valid
	X5.3	0,707	0,2006	Valid
	X5.4	0,651	0,2006	Valid
Kepuasan konsumen (Y)	Y1	0,693	0,2006	Valid
	Y2	0,649	0,2006	Valid
	Y3	0,742	0,2006	Valid

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan pada tabel 1, koefisien korelasi pearson untuk setiap item pada variable bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), serta kepuasan konsumen (Y) semuanya melebihi nilai r-tabel sebesar 0,2006 (n=96). Oleh karena itu, seluruh pernyataan dalam instrument penelitian ini dinyatakan valid dan dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data untuk penelitian ini.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,895	0,70	Reliabel
Keandalan (X2)	0,888	0,70	Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,876	0,70	Reliabel
Jaminan (X4)	0,881	0,70	Reliabel
Empati (X5)	0,888	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,929	0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan pada tabel 2, nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variable yaitu : bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5), serta kepuasan konsumen (Y) semuanya melebihi 0,70. Dengan demikian, semua instrumen pengukuran variable dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig	Statistic	df	Sig
Unstandardized Residual	.075	96	.200	.985	96	.347

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas bahwa dapat diketahui hasil nilai signifikansi yang didapat yaitu 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Standar Tolerance	VIF	Standar VIF	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0.718	> 0,10	1.394	< 10	

Keandalan (X2)	0.626		1.597	Tidak ada Multikolinieritas
Daya Tanggap (X3)	0.603		1.659	
Jaminan (X4)	0.650		1.538	
Empati (X5)	0.739		1.353	

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 4 uji multikolinieritas, setiap variable independent menunjukkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, yaitu : bukti fisik (X1) dengan tolerance 0,718 dan VIF 1,394, keandalan (X2) dengan tolerance 0,626 dan VIF 1,597, daya tanggap (X3) dengan tolerance 0,603 dan VIF 1,659, jaminan (X4) dengan tolerance 0,650 dan VIF 1,538, serta empati (X5) dengan tolerance 0,739 dan Vif 1,353. Dengan demikian, tidak terdapat gejala multikolinieritas antarvariabel dalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 3 Uji Autokorelasi

d_u	d_l	$4-d_u$	DW	Syarat Pengambilan Keputusan	Keputusan
1.778	1.560	2.221	2.136	$d_u < d < 4 - d_u$	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif
				$0 < d < d_l$	Tidak ada autokorelasi positif
				$d_l < d < d_u$	Tidak ada autokorelasi positif
				$4 - d_l < d, 4$	Tidak ada autokorelasi negatif
				$4 - d_u < d < 4 - d_l$	Tidak ada atokorelasi negatif

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 5 nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,136 dibandingkan dengan batas table pada tingkat signifikan 5% untuk n=96 dan k=5 variabel independent, menghasilkan $dU = 1,778$ dan $4-dU = 2,221$. Karena $1,778 (dU) < 2,136 (DW) < 2,221 (4-dU)$, maka tidak terjadi autokorelasi pada model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Signifikansi	Standart Signifikansi	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0.464	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keandalan (X2)	0.530		
Daya Tanggap (X3)	0.687		
Jaminan (X4)	0.185		
Empati (X5)	0.260		

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 6 uji heteroskedastisitas, koefisien β untuk variable independen adalah sebagai berikut : bukti fisik (X1) sebesar 0,464, keandalan (X2) sebesar 0,530, daya tanggap (X3) sebesar 0,687, jaminan (X4) sebesar 0,185, serta empati (X5) sebesar 0,260. Variable dinyatakan bebas heteroskedastisitas jika niali signifikannya > 0,05. Oleh karena itu, kelima variable independen ini terbukti tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Uji F

Tabel 5 Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Residual	118.297	282	0.419	9.705	0.000
Total	138.653	287			

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 7, nilai F_{hitung} sebesar 9.705 yang lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2,473. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang meliputi bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kopi Rumah Mantan Km 3.

Uji Koefisien Korelasi (R)

Tabel 6 Uji Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,383	0,147	0,132	0,648	2.136

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 8 hasil analisis koefisien korelasi bahwa korelasi simultan (R) sebesar 0,383 atau 38,3% jika dihubungkan pada tabel 3.2 mempunyai hubungan yang rendah (0,20 – 3,999) antarvariabel independent bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) dengan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan pada tabel 8 adapun hasil koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,147 atau 14,7% yang artinya variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada kopi rumah mantan km 3 sebesar 85,3 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis (uji t)

Tabel 7 Uji t

Model	Unstandardized Coefficient		Unstandardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Bukti Fisik (X1)	0.137	0.068	0.130	2.008	0.046
Keandalan (X2)	0.103	0.070	0.102	1.460	0.145
Daya Tanggap (X3)	0.062	0.073	0.060	0.843	0.400
Jaminan (X4)	0.076	0.066	0.078	1.145	0.253
Empati (X5)	0.147	0.063	0.150	2.344	0.020

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel 10 hasil analisis dengan program SPSS dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut: (1) Koefisien konstanta sebesar 1,972 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai nol atau konstan, kepuasan konsumen (Y) pada Kopi Rumah Mantan Km 3 akan berada pada tingkat sebesar 1,972. (2) Bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien 0,137, artinya peningkatan bukti fisik sebesar 1 dan kepuasan konsumen akan meningkatkan sebesar 0,137. (3) Keandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien regresi sebesar 0,103, artinya keandalan peningkatan sebesar 1 dan kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,103. (4) Daya Tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien sebesar 0,062, artinya daya tanggap peningkatan sebesar 1 dan kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,062. (5) jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien sebesar 0,076, artinya daya tanggap peningkatan sebesar 1 dan kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,076. (6) empati (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien sebesar 0,147, artinya daya tanggap peningkatan sebesar 1 dan kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,147.

PEMBAHASAN

Pengaruh Bukti Fisik (X1) terhadap Kepuasan Konsumen

Bukti Fisik (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kopi Rumah Mantan Km 3 sebaliknya, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} 2,008 dan p -value 0,046 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H1 diterima. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Ilahi & Arifuddin, 2023) menyimpulkan bahwa bukti fisik secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Peningkatan

kualitas bukti fisik cenderung meningkatkan tingkat kepuasan secara nyata, karena konsumen menganggap elemen-elemen seperti peralatan, fasilitas memadai, penampilan karyawan dan area parkir luas sebagai indikator kredibilitas serta kualitas layanan awal, yang pada akhirnya membentuk persepsi positif dan loyalitas berkelanjutan. Sebaliknya, studi (Djatola & Hilal, 2023) menemukan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Keandalan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen

Keandalan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kopi Rumah Mantan Km 3 Balikpapan, dengan nilai t-hitung 1,460 dan p-value 0,145 > 0,05, sehingga hipotesis H2 ditolak. Temuan ini selaras dengan penelitian (Rosalina et al., 2024) menyimpulkan bahwa keandalan tidak memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Keandalan yang tercermin dari pelayanan maksimal, tepat, akurat, sikap simpatik, serta pemenuhan janji tidak terbukti dominan disini. Namun, hasil ini bertolak belakang dengan studi (Prihandoyo et al., 2021) yang menemukan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi keandalan akan semakin tinggi juga kepuasan konsumen, dan sebaliknya.

Pengaruh Daya Tanggap (X3) terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel daya tanggap (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kopi Rumah Mantan Km 3, ditunjukkan oleh t-hitung 0,843 dan p-value 0,400 > 0,05, sehingga hipotesis H3 ditolak. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Rosalina et al., 2024), yang menyimpulkan daya tanggap tidak memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Dari perspektif konsumen, daya tanggap belum menjadi faktor dominan, karena elemen lain seperti cita rasa kopi, harga bersaing, atau kenyamanan lingkungan (bukti fisik) lebih menentukan persepsi layanan secara keseluruhan. Sebaliknya, studi (Natsir dan D'ornay, 2022) menemukan pengaruh positif signifikan, di mana daya tanggap—melalui penyediaan informasi lengkap, penyelesaian masalah cepat dan akurat, serta bantuan atas kesulitan konsumen—berkontribusi nyata terhadap kepuasan.

Pengaruh Jaminan (X4) terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel jaminan (X4) tidak memengaruhi kepuasan konsumen (Y) secara signifikan di Kopi Rumah Mantan Km 3, dengan t-hitung 1,145 dan p-value 0,253 > 0,05, sehingga hipotesis H4 ditolak. Temuan ini sejalan dengan (Natsir dan D'ornay, 2022), yang menyimpulkan jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jaminan, yang menekankan kepercayaan melalui kompetensi dan kesopanan karyawan, tampaknya jarang diuji secara intensif oleh konsumen kecuali muncul isu khusus. Namun, hasil ini bertolak belakang dengan (Alfajar et al., 2021), yang menemukan pengaruh positif kuat, di mana jaminan berfungsi sebagai fondasi kepercayaan layanan melalui kemampuan staf menangani kebutuhan konsumen secara spesifik.

Pengaruh Empati (X5) terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kopi Rumah Mantan Km 3, ditandai dengan t-hitung 2,344 dan p-value 0,020 < 0,05, sehingga hipotesis H5 diterima. Temuan ini konsisten dengan (Sumiati dan Sukianto, 2023), yang menyimpulkan empati secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen melalui penguatan ikatan emosional. Sebaliknya, (Djatola dan Hilal, 2023) menemukan pengaruh tidak signifikan, meskipun upaya empati via perhatian personal tidak menghasilkan perubahan substansial pada kepuasan. Dari sudut pandang konsumen, empati dianggap sebagai elemen sosial yang menyenangkan tapi tidak krusial, karena prioritas utama tertuju pada kecepatan pelayanan dan kualitas rasa kopi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, dapat disimpulkan: (1) Bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3 sehingga hipotesis terbukti dan dapat diterima. (2) Keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, sehingga hipotesis terbukti dan ditolak. (3) Daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, sehingga hipotesis terbukti dan ditolak. (4) Jaminan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, sehingga hipotesis terbukti dan ditolak. (5) Empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, sehingga hipotesis terbukti dan

dapat diterima. (6) Bukti fisik dan empati memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada kopi rumah mantan km 3, hal ini terlihat dari nilai t variabel bukti fisik dan empati mempunyai nilai yang lebih besar atau signifikan daripada variabel lainnya.

SARAN

Berdasarkan analisis penelitian, Kopi Rumah Mantan Km 3 disarankan melakukan pemeliharaan rutin fasilitas untuk kebersihan dan kenyamanan (termasuk renovasi dekorasi nostalgia, tanaman hijau, pencahayaan hangat, serta penampilan karyawan rapi berseragam), menjaga keandalan melalui checklist harian penyajian (maksimal 7 menit) dan audit mingguan resep baku, mengoptimalkan daya tangkap dengan rotasi staf jam sibuk (17.00-20.00), papan antrian, serta insentif tercepat, serta pelatihan bulanan 1 jam tentang menu kopi lokal Kalimantan Timur, handling keluhan, sikap sopan-ramah, dan briefing operasional rutin untuk prioritas konsumen guna meningkatkan kepuasan tanpa biaya tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Jurnal Administration and Management Public Literation*, 1(1), 37–50.
- Djatola, H. R., & Hilal, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 112. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.139>
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Natsir, U., & D'ornay, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 29–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.275>
- Prihandoyo, C., Juwari, J., & Gerhana Iriyanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Henny Dental Care. *Jurnal GeoEkonomi*, 12(2), 167–179. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v12i2.161>
- Rosalina, D. M. ., Prihandoyo, C., Hermawansyah, A., & Tangke Rante, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Sabina Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1.2024), 331–340. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.467>
- Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Andriasan, S., Andriasan, N. A., Muliatie, Y. E., Lie, D., Yudiyanto Joko Purnomo, Bonaraja Purba, E. S., & Sony Kuswandi, A. P. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, Issue 2). Yayasan Kita Menulis.
- Sumiati, & Sukianto, G. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Bahtera Suryamas Mandiri. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(1), 153–170. <https://doi.org/10.31869/me.v9i1.4817>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). CV. ANDI OFFSET