

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
CAFE KOPI JANJI JIWA DI KOTA JAMBI  
(Studi Pada Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Cabang Sipin)**

Hario Tamtomo<sup>1</sup>

Dosen tetap Universitas Muhammadiyah Jambi<sup>1</sup>

[h4rio.35@gmail.com](mailto:h4rio.35@gmail.com)

Agesha Marsyaf<sup>2</sup>

Dosen tetap Universitas Muhammadiyah Jambi<sup>2</sup>

[agesha.marsyaf.am@gmail.com](mailto:agesha.marsyaf.am@gmail.com)

Deka Veronica<sup>3</sup>

Dosen tetap Universitas Muhammadiyah Jambi<sup>3</sup>

[dekaveronica28@gmail.com](mailto:dekaveronica28@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Di Kota Jambi (Studi Pada Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Cabang Sipin) ini pertama untuk mengetahui dan menganalisis terkait Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy) yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis data primer dengan menggunakan model analisis pertama terdiri dari analisis deskriptif kuantitatif. Model analisis kedua menggunakan model persamaan regresi berganda. Adapun hasil analisis adalah pertama hasil kualitas pelayanan pada Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin ditinjau dari dimensi wujud (Tangible), keandalan (Reliability), Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), empati (Empathy) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Kedua, variabel Wujud (Tangible), Keandalan (Reliability), Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy) berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 72,0%, dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada cafe kopi janji jiwa sipin sebesar 51,8 %. Hal tersebut termasuk dalam kategori baik/ sedang.*

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Café Kopi*

**PENDAHULUAN**

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termaksud bisnis kuliner. Berkembangnya gaya hidup dan meningkatnya selera konsumsi masyarakat menyebabkan semakin menjamurnya usaha kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman

merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi *trend* dikalangan masyarakat Indonesia, seperti membuat makanan dan minuman yang digemari oleh pelanggan. Hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup pelanggan Indonesia. (Ramadhan, 2018). Saat ini bisnis kuliner memiliki prospek yang menjanjikan karna kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman serta tempat berkumpul, dan bersantai dari aktivitas sehari-hari yang padat. Salah satunya adalah bisnis Cafe yaitu suatu tempat sederhana dan cukup menarik bukan hanya untuk meminum kopi tetapi juga untuk memakan makanan ringan. Pelanggan akan memilih produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik, oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan agar pelanggannya merasa puas.(Kotler dan Keller, 2009). Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelannggan ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanana yang diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspetasi pelanggan, artinya kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan pencapaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Lewis dan Boom dan Tjiptono dan George, 2011)

Kopi Janji Jiwa Sipin (KJJ) merupakan sebuah cafe kopi komunitas yang menghimpun banyak orang. Beralamatkan di Jl. Soemantri Brojonegoro No. 04 Kebun Jeruk, Kota Jambi. Cafe ini mengungsung konsep yang unik dan menarik yakni terdapat tiga ruangan dengan warna yang kalem dan tertata baik, konsep warna putih, hitam, dan coklat muda tetapi tetap cantik dilihat. Berikut ini adalah tabel jumlah pengunjung di Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Bulan Januari-Juni 2020 :

**Tabel 1.2 Jumlah pengunjung Di Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung Perhari</b>	<b>Jumlah Pengunjung Perbulan</b>
Januari	90	2.700
Februari	95	2.850
Maret	65	1.950
April	75	2.250
Mei	90	2.700
Juni	70	2.100

Sumber: Data Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin

---

Masalah utama sebagai jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apa sudah sesuai harapan pelanggan atau belum. Oleh karena itu karyawan Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat. Maka dari itu penelitian ini ingin melihat Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Di Kota Jambi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran (*marketing management*) adalah sebagai seni dan ilmu memilih padar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2009).

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Runtuwuwu & Taroreh, 2014) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting bagi suatu perusahaan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang baik pelanggan akan merasa puas dan bahkan setia kepada perusahaan tersebut.

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler, (2019) mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh pelanggan. Contohnya seperti keadaan cafe, fasilitas cafe, desain cafe, dan kerapian penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang jasa cafe, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi pelanggan dengan cepat
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, sopan, santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa cafe kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada pelanggannya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan pelanggan yang terjamin.
5. Kepedulian (*Empaty*) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

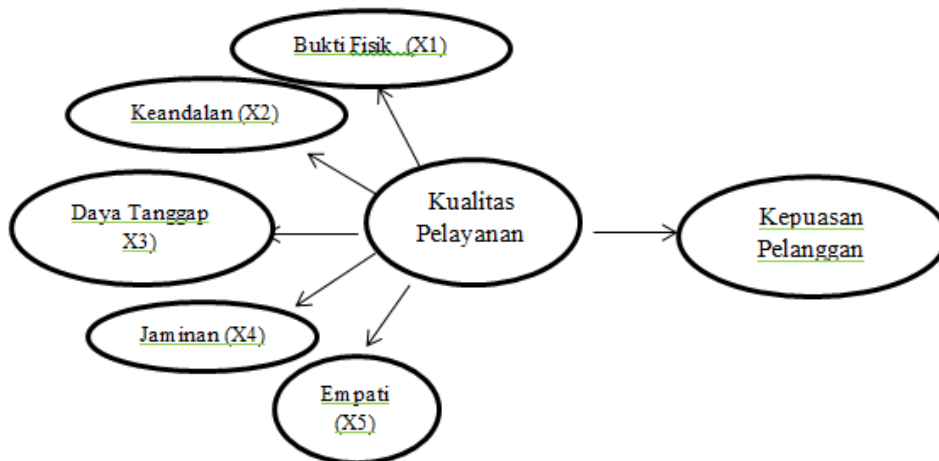
Kepuasan Pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2007). Kepuasan pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang puas tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atau jasa buatan produsen yang sama. Kepuasan pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merek barang atau jasa maka pelanggan tidak akan lagi mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa lain selain produk yang disukai oleh pelanggan. (Kotler, 2012). Kotler dalam Tjiptono (2008) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Sistem keluhan dan Saran, Organisasi yang berwawasan pelanggan akan membuat pelanggannya memberikan saran atau keluhan, misalnya dengan memberikan kuesioner bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan, menempatkan kotak saran. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan balik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.
- 2) Survey Pelanggan (*costumer surveys*), Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui pelanggan atas persepsinya terhadap kepuasannya. Yaitu dengan cara wawancara kepada pelanggan untuk bisa melakukan penilaian atau tanggapan mereka atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

- 3) Pembelian bayangan (*Lost Customer Analysis*), Cara lain untuk mengukur mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menyuruh orang berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun lemah yang mereka alami sewaktu membeli produk perusahaan.
- 4) Analisa kehilangan (*Lost customer analysis*), Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

## METODOLOGI

Menurut Sugiono (2017) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, penggunaan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel yang diteliti ialah nilai yang diperoleh pada setiap responden terhadap variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independent*) dan kepuasan karyawan (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*). Pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Di Kota Jambi yang berjumlah 150 orang. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut :



Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2001). dengan menggunakan rumus *Slovin* :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Di Kota Jambi

$E$  = batas toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan jumlah populasi dari jumlah Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Di Kota Jambi tersebut dengan tingkat toleransi sebesar 10%, maka dapat ditentukan sampel sebagai berikut :  
Populasi = 150 Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin Di Kota Jambi.

$$n = \frac{150}{150 \cdot (0,10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{150}{150 \cdot (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil dari rumus slovin di atas, maka jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 60 orang.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji Reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 16.0. hasil pengujian dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach*  $\geq 0.6$  dan nilai *Alpha Cronbach*  $\geq$  *Cronbach's Alpha if item deleted* (Ghozali, 2011). Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik.

### Uji Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar

penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukan kedalam model. Ghozali (2006).

## HASIL

Berdasarkan hasil dari perhitungan reliabilitas yang telah dilakukan, dapat diketahui data penelitian menunjukkan bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  lebih besar dari Cronbac's Alpha  $> 0,6$ . Untuk dapat lebih hasil olah data reliabilitas dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	15

Sumber : Hasil uji reliabilitas pada spss versi 22

Dari data tabel di atas dapat memberikan arti bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,775 > 0,6$  , sehingga dapat dikatakan reliabilitas atas dapat dipercaya sebagai alat pengumpul bahan penelitian dan dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.516	1	2.516	62.348	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.341	58	.040		
	Total	4.857	59			

a. Dependent Variable: X

b. Predictors: (Constant), Y

Berdasarkan hasil dari output SPSS versi 22 diatas, dapat diketahui apakah terdapat atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Café Janji Jiwa Sipin. Dapat di lihat dari nilai signifikasi yaitu  $< 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	.697		
	rata_rata	.865	.110	.720	7.896	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil tabel diatas dapat di artikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau dengan hasil signifikasi  $t_{hitung} = 7,896 > t_{tabel} 0,00$ . Maka dapat di katakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di cafe kopi janji jiwa sipin dengan tingkat kepercayaan 0,05%.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.518	.510	.201

a. Predictors: (Constant), Y

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,518% dan R sebesar 0,720. Hal ini berarti 72,0 % kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 28,0% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh peneliti.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil olah data yang dilakukan, kualitas pelayanan pada Cafe Kopi Janji Jiwa Sipin di tinjau dari dimensi wujud (*tangible*), keandalan (*Reliability*), Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*) memiliki pengaruh positif dan signifikan.
2. Dari hasil penelitian pada variabel wujud (*tangible*), keandalan (*Reliability*), Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*) berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 72,0%, dan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada cafe kopi janji jiwa sipin sebesar 51,8 %. Hal tersebut termasuk dalam kategori baik/ sedang.



---

## REFERENSI

- Angelia, Gita (2008). Penataan *Atmosphere Cafe* Halaman Cabang Tamansari, Bandung Dalam Rangka Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Undergraduate thesis*, Universitas Kristen Maranatha.
- Astuti, Wiji Sicily Sri (2014). *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Centro Departement Store Di The Plaza Semanggi*: Tesis
- Apriyani, D.A., & Sunarti,S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Ferdinand (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Augusty Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kusumasastri, I., Andarwati, A., & Hadiwidjojo, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123-129.
- Kristiana, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, The Millenium Edition, International Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.,
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009 (terj. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid II. Jakarta: Glora aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta:Erlangga.
- Laila, dkk (2012 : 50) Melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Selemba Empat.

- 
- Mulato, Sri, dan Suharyanto, Edy. (2012). *Kopi, Seduham dan Kesehatan*. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.
- Ndubisi, N.O. (2007, March). Relationship Marketing And Customer Royalty. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 25, No.1, pp.98-106.
- Sugiono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa. Jawa Timur*: Bayumedia Publishing.
- Zeithaml, Bitner Dan Gramler (2019) Lima dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan.