

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WAILELA CAFE AND RESTO DI DESA RUMAH TIGA

Vifi Dolvina Huninhatu^{1*}, Josef Papilaya², Fransisca Riconita Sinay.³
^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pattimura
Jalan Ir. M. Putuhena, Kampus Unpatti, Poka, Ambon, Indonesia

Corresponding author*: huninhatuvifi@gmail.com;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Wailela Cafe and Resto di Desa Rumah Tiga. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah Pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah upaya seorang peneliti menemukan pengetahuan dengan memberi data berupa angka. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi berupa orang, benda, objek, peristiwa, atau apa pun yang menjadi objek dari survei. Yang menjadi populasi penelitian adalah para konsumen di Wailela Café Resto. Instrumen dalam penelitian ini berupa Angket, sejumlah pertanyaan yang diberikan peneliti dan responden, dan skala. Berdasarkan analisa regresi linier sederhana dari Hasil uji regresi (*Coefficients^a*) $H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu tidak berpengaruh positif terhadap Y, $H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y. Maka Hasil uji t untuk variabel X1 bukti fisik diperoleh nilai t-hitung = 11,818 dan tingkat Pvalue = 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$, sehingga nilai $sig\ 0,000 < 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, artinya H_0 di tolak dan H_1 di terima. Dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima dengan nilai dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wailela Café And Resto Di Desa Rumah Tiga.

Kata Kunci: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

A. Pendahuluan

Di era globalisasi ini untuk mencapai suatu kesuksesan usaha atau bisnis diperlukan ide-ide yang kreatif dari pembisnis itu sendiri. Seorang pembisnis harus lebih cerdas dalam membuat ide-ide kreatif sehingga dapat nilai lebih dari konsumen. Pelaku bisnis juga harus lebih jeli dalam meliahat peluang bisnis yang mungkin dapat terus berkembang di kemudian hari.

Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, jumlah merek dan produk baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif khususnya di bidang jasa. Lupiyoadi (2013:120) menguraikan bahwa, perusahaan jasa berfungsi menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen. Tujuan pengalaman baru bagi konsumen merupakan suatu tantangan tersendiri bagi perusahaan jasa tersebut. Sebagian besar produk jasa yang abstrak dan tidak terwujud, mempunyai aspek yang berada disekitar inti perusahaan menjadi pertimbangan bagi konsumen. Salah satu aspek tersebut adalah lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada (*Servicescape*). Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap sebuah produk, terkhusus produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proposisi nilai (*value proposition*).



Suasana café merupakan salah satu faktor penunjang bisnis café dimana *Atmosphere* yang tercipta dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap café yang mereka datangi. Suasana café yang tercipta dengan desain interior maupun eksterior, suara gemuruh / tenang, music, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Adisupcito (2010 : 187) menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan getok-tular (*word of mouth*), dan dari informasi iklan yang diperoleh. Pada dasarnya konsumen mencoba untuk membandingkan antara “ pelayanan yang diperiapkan” atau “ *the perceived service* ” (pelayanan yang diperoleh juga disebut *the outcome*) dengan pelayanan yang diharapkan (*the expected service*) “bilamana, pelayanan yang dipersepsikan atau yang diperoleh berada di bawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen menjadi kecewa. Bilamana pelayanan yang dipersepsikan sama atau bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan. Konsumen cenderung untuk menjadi puas dan ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama diwaktu yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menambahkan manfaat dari tawaran mereka sehingga tidak saja mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, tapi juga akan berusaha memberikan kejutan sehingga pelanggan menjadi puas.

Kualitas pelayanan merupakan profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang atau konsumen yang berasal dari 4 perbandingan antara kesannya atau hasil suatu pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting disediakan untuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan dengan baik akan berdampak terjadinya pelanggan atau konsumen yang akan datang berulang-ulang otomatis perusahaan akan meningkat menurut Kotler (2007: 177).

Restoran kini tidak hanya menyediakan sebuah makanan dan minuman, tapi juga sebagai tren penikmat masakan. Saat ini restoran di Indonesia sangat berkembang, tidak hanya restoran yang menjual masakan yang hanya mengandalkan rasa, tapi juga restoran di desain sedemikian unik dan menarik dan menawarkan dari segi tempat dan makanannya. Dengan menawarkan keunikan restorannya masing-masing yang berbeda dengan restoran yang lain, salah satunya adalah Wailela Café And Resto.

Wailela café and resto merupakan sebuah restoran yang terletak di jalan. Kampus, Rumah Tiga, Kecamatan. Teluk Ambon, Kota Ambon, Maluku. Wailela café and resto ini bisa dibilang tempat yang romantis karena memiliki pemandangan yang cukup indah dengan suasana pantai dan menyuguhkan pemandangan kota Ambon, wailela café and resto juga seringkali menjadi spot foto bagi pengunjung dengan latar belakang indahnya Kota Ambon di malam hari.

Wailela café and resto memiliki pelayanan yang cepat dan penuh perhatian dari waiters / waitress yang akan membuat pengunjung merasanya nyaman Ketika bersantap di Wailela café and resto sebagai pegalaman kuliner yang mempunyai kesan sendiri. Wailela café and resto juga menyediakan berbagai macam menu tradisional khas Maluku yang di sajikan dengan sangat menarik sehingga membuat konsumen ingin mencobanya. Segi harga yang

ditawarkan Wailela café and resto di tujukan kepada kalangan bawah hingga kalangan atas karena harga yang di tawarkan sesuai denga apa yang pengunjung dapatkan seperti pemandangan yang di sajikan, pelayanan yang memuaskan, menu yang berkualitas, tempat yang nyaman, dan lain-lain.

Dari berbagai penjelasan di atas maka dapat diketahui terdapat berbagai pengaruh pelayanan terhadap minat konsumen pada Wailela kafe and resto di Desa Rumah Tiga. Maka dari itu untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat konsumen menjadi hal yang penting untuk diketahui. Karena pengaruh pelayanan tersebut dapat menjadi dasar dan pegangan pengelola restoran untuk merencanakan berbagai hal demi meningkatkan minat konsumen pembelian pada Wailela Cafe and Resto di desa Rumah Tiga. Tujuan dari penelitian ini adalah tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Wailela Cafe and Resto di Desa Rumah Tiga.

B. Metode

Pendekatan ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah upaya seorang peneliti menemukan pengetahuan dengan memberi data berupa angka. Angka yang diperoleh digunakan untuk melakukan Analisa keterangan, sederhananya penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang disusun secara sistematis terhadap bagian-bagian dan untuk menemukan kuasalitas keterkaitan.

Penelitian ini dilaksanakan di Wailela Café & Resto terletak di Ruma Tiga, Kecamatan. Teluk Ambon, Kota Ambon Provinsi Maluku, Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi berupa orang, benda, objek, peristiwa, atau apa pun yang menjadi objek dari survei Yang menjadi populasi penelitian adalah para konsumen di Wailela Café Resto. Sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang ditemui sedang makan di Wailela Café Resto selama 1 minggu jadi sampel yang digunakan adalah 75 orang.

Variabel penelitian yang digunakan adalah Variabel bebas atau X yaitu variabel dapat mempengaruhi variabel lain (dependen variabel atau terkait). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah : a). Kualitas pelayanan X menurut Hafrika dan Abdullah 2017 kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggng, baik yang Nampak jelas maupun yang tersembunyi.

Variabel terikat atau Y yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (independent variabel atau variabel bebas). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen wailela café and resto. Kepuasan konsumen dalam konteks teori consumer behavior, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setekah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih kurang.

Table 2.1 Indikator Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Kepuasan Konsumen	a. Kesesuaian Harapan	1. Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen 2. Karyawan memberikan pelayanan dengan baik 3. Fasilitas penunjang seperti, cuci tangan 4. Berminat untuk berkunjung kembali karena makanan yang dihidangkan memuaskan 5. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan 6. Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
	b. Minat Berkunjung Kembali	7. Merekomendasikan wailela café and resto ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangat enak 8. Merekomendasikan wailela café and resto ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik

	c. Kesiediaan Merekomendasi	9. Merekomendasikan wailela café and resto ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai
--	--------------------------------	--

Sumber : Fandy tjiptono, strategi pemasaran edisi ketiga.

(Yogyakarta:andi,2008)

Teknik pengumpulang data dalam penelitian ini adalah kusioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini juga terdapat uji instrument penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas serta metode analisis data berupa analisis regresi sederhana.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dalam penelitian ini Responden yang di ambil adalah para konsumen atau pengunjung wailele café and resto. sampel dalam penelitian ini yaitu 75 responden. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden yang meliputi jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan. Adapun karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

a) Karakteristik responden

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	Laki-laki	35	46,7 %
2	Perempuan	40	53,3 %
Jumlah		75	100 %

Sumber : data primer (kuesioner) yang di olah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, dapat dilihat bahwa hasil kuesioner yang disebarakan pada 75 responden yaitu para konsumen Wailele Café And Resto, diketahui sebagian besar responden didominasi oleh Perempuan sebanyak 40 responden atau 53,3%, sedangkan sisanya berjenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 35 responden atau 46,7%.

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	18-28	26	34,7 %
2	29-39	21	28 %
3	≥ 40	28	37,3%
Jumlah		75	100 %

Sumber: data primer (kuesioner) yang di olah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, dapat dilihat bahwa hasil kuesioner yang disebarakan pada 75 responden yaitu para konsumen Wailele Café And Resto, diketahui responden yang paling banyak mengunjungi Wailele Café And Resto adalah responden yang mempunyai usia lebih dari 40 tahun yaitu sebanyak 28 responden atau 37,3%, kemudian diikuti oleh responden yang berusia 18-28 tahun yaitu sebanyak 26 responden atau 34,7% dan yang paling sedikit adalah responden yang berusia 29-39 tahun yaitu sebanyak 21 responden atau 28%.

Deskripsi variabel penelitian

Variabel kualitas pelayanan (x) menggunakan indikator Bukti fisik (physical evidence), Keandalan (reability), Ketanggapan (responsiviness), Jaminan dan kepastian (assurance) dan Empati (emphaty). Kemudian diukur melalui 10 butir pernyataan dari kelima indikator tersebut yaitu :

Tabel 3.4 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor					Rata-Rata
		Sts	Ts	N	S	Ss	
1	X1	0	0	9	31	35	4,34
2	X2	0	2	9	26	38	4,33
3	X3	0	3	13	30	29	4,13
4	X4	0	3	6	29	37	4,33
5	X5	0	0	6	36	33	4,36
6	X6	0	0	4	27	44	4,53
7	X7	0	2	10	37	36	4,82
8	X8	0	2	7	33	33	4,29
9	X9	0	2	17	24	32	4,14
10	X10	4	15	18	21	17	3,42
Rata-Rata							42,69

Tabel 3.4 di atas menunjukkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan pertama bahwa karyawan Café Wailela memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian (X.1) adalah sebesar 4,34, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 0 responden, netral 9 responden, setuju 31 responden dan sangat setuju sebanyak 35 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kedua bahwa karyawan Café Wailela segera melayani anda apabila sedang berkunjung (X.2) adalah sebesar 4,33, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 9 responden, setuju 26 responden dan sangat setuju sebanyak 38 responden.

Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan ketiga bahwa anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan (X.3) adalah sebesar 4,13, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 3 responden, netral 13 responden, setuju 30 responden dan sangat setuju sebanyak 29 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan keempat bahwa karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung (X.4) adalah sebesar 4,33, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 3 responden, netral 6 responden, setuju 29 responden dan sangat setuju sebanyak 37 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kelima bahwa makanan yang disediakan Café Wailela higienis/sehat (X.5) adalah sebesar 4,36 dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 0 responden, netral 6 responden, setuju 36 responden dan sangat setuju 33 responden.

Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan keenam bahwa ruangan yang menarik dan meja yang tersedia bersih (X.6) adalah sebesar 4,53 dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 0 responden, netral 4 responden, setuju 27 responden dan sangat setuju 44 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan ketujuh bahwa karyawan selalu berpenampilan rapi dan menarik (X.7) adalah sebesar 4,82 dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 10 responden, setuju 37 responden dan sangat setuju 36 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kedelapan bahwa karyawan Café Wailela memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan konsumen (X.8) adalah sebesar 4,29 dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 7 reponden, setuju 33 responden dan sangat setuju 33 responden.

Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kesembilan bahwa karyawan Café Wailela memberikan perhatian serius Ketika tempat penuh (X.9) adalah sebesar 4,14 dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 17 responden, setuju 24 responden dan sangat setuju 32 responden. Nilai tara-rata jawaban responden pada pernyataan kesepuluh bahwa karyawan Café Wailela menyediakan kotak saran atau nomor telepon yang dapat dihubungi untuk menyampaikan saran atau keluhan konsumen (X.10) adalah sebesar 4,42, dimana dari pernyataan tersebut bahwa jawaban sangat tidak setuju 4 responden, tidak setuju 15

responden, netral 18 responden, setuju 21 responden dan sangat setuju 17 responden.

Penelitian Kepuasan Konsumen (Y) menggunakan indikator Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali dan Kesiediaan Merekomendasi. Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan pada tabel berikut ini yaitu:

Tabel 3.5 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Skor					Rata-Rata
		S _{ts}	T _s	N	S	S _s	
1	Y1	0	1	5	30	39	4,42
2	Y2	0	1	7	31	36	4,36
3	Y3	0	2	16	28	29	4,12
4	Y4	0	4	6	33	32	4,24
5	Y5	0	2	8	30	35	4,30
6	Y6	0	2	10	27	36	4,29
Rata-Rata							25,73

Tabel 3.5 diatas menunjukkan tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan pertama bahwa konsumen merasa puas setelah menikmati makanan yang dihidangkan pada Café Wailela (Y.1) adalah sebesar 4,42, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 1 responden, netral 5 responden, setuju 30 responden dan sangat setuju 39 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kedua bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan Café Wailela (Y.2) adalah sebesar 3,36, dimana dari pernyataan tersebut jawaban sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 1 responden, netral 7 responden, setuju 31 responden dan sangat setuju 36 responden.

Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan ketiga bahwa konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan di Café Wailela (Y.3) adalah sebesar 4,12, dimana dari pernyataan tersebut sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 16 responden, setuju 28 responden dan sangat setuju 29 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan keempat bahwa berminat berkunjung Kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan (Y.4) adalah sebesar 4,24, dimana dari pernyataan tersebut sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 4 responden, netral 6 responden, setuju 33 responden dan sangat setuju 32 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan kelima bahwa merekomendasikan Café Wailela kepada teman atau kerabat karena makanan yang dihidangkan sangat enak (Y.5) adalah sebesar 4,30, dimana dari pernyataan tersebut sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 8 responden, setuju 30 responden dan sangat setuju 35 responden. Nilai rata-rata jawaban responden pada pernyataan keenam bahwa merekomendasikan Café Wailela ini kepada teman atau kerabat karena pelayanan yang diberikan baik (Y.6) adalah sebesar 4,29, dimana dari pernyataan tersebut sangat tidak setuju 0 responden, tidak setuju 2 responden, netral 10 responden, setuju 27 responden dan sangat setuju 36 responden.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mencari pengaruh antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Hasil analisis perhitungan regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 3.9 Hasil uji regresi (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	0,657	0,652	2,285

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 22) 2022

Berdasarkan Tabel 3.9 diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,810 dan menjelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,657, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh

variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) adalah sebesar 65,7%, sedangkan sisanya yaitu 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 3.10 Hasil uji regresi (Coefficients^a)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1		B	Std. Error	Beta		
	(Constan)	1,725	2,050		0,841	0,403
	Kualitas_Pelayanan	0,569	0,048	0,810	11,818	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen						

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 22) 2022

Pada tabel 4.11 diatas terlihat bahwa nilai Constant adalah 1,725, sedangkan nilai kualitas pelayanan adalah 0,569, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$= 1,725 + 0,569X$$

Konstanta sebesar 1,725 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan konsumen sebesar 1,725. Koefisien regresi X1 sebesar 0,569 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 0,569.

Berdasarkan Hasil uji regresi (Coefficients^a), $H_0 : \beta_1 \leq 0$, yaitu tidak berpengaruh positif terhadap Y, $H_1 : \beta_1 > 0$, yaitu X berpengaruh positif terhadap Y. Maka Hasil uji t untuk variabel X1 bukti fisik diperoleh nilai t-hitung = 11,818 dan tingkat Pvalue = 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$, sehingga nilai sig 0,000 < 0,05 artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, artinya H_0 di tolak dan H_1 di terima. Dengan demikian maka hipotesis uji t variabel bukti fisik X1 berpengaruh secara positif dan dapat diterima. Arah koefisien regresi positif artinya bukti fisik X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa indikator bukti fisik X1 yang semakin baik akan memberikan kepuasan konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan analisis data tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Wailela Café And Resto menggunakan uji regresi sederhana sehingga dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai Standardized Coefficients sebesar 0,810, tanda korelasinya adalah + (positif) artinya jika nilai kualitas pelayanan baik maka konsumen juga akan merasa puas dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima dengan nilai dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wailela Café And Resto Di Desa Rumah Tiga.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu yang dicantumkan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh:

1. Eko Patri (2021), yaitu: variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan empati empati) membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Just Cafe* Di Makassar.
2. Hasan (2006), pada nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang, yaitu bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jeong and Lee (2010) pada toko Furniture Online Shop di Malaysia, menyatakan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Rayi Endah K (2008), pada Restoran Warung Taman Singosari Semarang Yaitu: kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Hardiyanti (2010) pada penginapan (villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Semarang, menyatakan ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Yulastina (2013) pada L'amore Café di Denpasar, menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Yuliana (2015) pada Dr Laundry Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru. Yaitu menyatakan bahwa jaminan dan kepastian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 6. Primananda (2013) pada restoran *Good Deal* Seminyak Bali menyatakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas sangat berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga berkaitan erat dalam mendapatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga akan semakin tinggi. Untuk penelitian ini sendiri, indikator yang ada yaitu terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian dan empati semua merujuk pada tingkat kepuasan, dan yang mendominasi pertama adalah penataan indoor, kedua adalah kebersihan, dan yang ketiga adalah kecepatan pelayanan pesanan minuman maupun makanan. Intinya dari semua ini adalah bahwa kualitas pelayanan harus menjadi perhatian untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan, apalagi dalam studi ini perlu meningkatkan dari tingkat puas menjadi sangat puas. Artinya perlu diingat bahwa suatu perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang lebih banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas atau lebih puas, maka akan terjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen untuk menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Bukti fisik (physical evidence), Kehandalan (reability), Ketanggapan (responsiveness), Jaminan dan kepastian (assurance) dan Empati (emphaty) terhadap kepuasan konsumen pada Wailela Café And Resto Di Desa Rumah Tiga. Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.9 diatas terlihat bahwa diperoleh besarnya adjusted R square adalah 0,657. Hasil ini menunjukkan bahwa 65,7 % menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (x) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya 34,3% nilai Kepuasan Konsumen dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wailela Café And Resto Di Desa Rumah Tiga. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga berkaitan erat dalam menciptakan keuntungan bagi suatu perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Daftar Pustaka

- Adisucipto, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit YKPN
- Cut Mutiawati., ddk, 2019. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta : Deepublish.
- Danang Sunyoto. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Eko patri 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Just Cafe Di Makassar*
- Fandy Tjiptono dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Febriyanti, Fifi. 2013. *Analisis Perilaku Konsumen Biskuit Oreo (Studi Kasus di SMP Jaya Bekasi)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Darma Persada. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2009, "*aplikasi analisis multifariate dengan program SPSS 20,*" semarang. UNDIP.
- Gaspersz , 1997, *Manajemen Bisnis Total Dalam Area Globalisasi*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Gogi Kurniawan,2020, *Perilaku Konsumen* (Dalam membeli produk beras organic melalui ecommerce), Jakarta : Mitra Abisatya
- Harfika,J., dan Abdullah,N.2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Balance, XIV(1),44-56.
- Howard C,1989, *Pengantar Bentuk Sediaan Farmasi Edisis Keempat*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta
- Idrus, Muhammad, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta : PT Gelora Aksara Pratama
- Kolter, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi kedua belas.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Erlangga.
- Kolter, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- asarian. PenerbitKristianto, Paulus Lilik, (2011), *Psikologi Pem*
CAPS,Yogyakarta.