

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MOX CAFE JEMBER

Mohc Ali Akbar Hasimi Rafi Sanjani, Budi Santoso, Ahmad Izzudin

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : rali59085@gmail.com

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen mox cafe. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, teori kualitas pelayanan, dan teori kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan pada konsumen mox cafe. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 60 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 20.00. Hasil Uji t menunjukkan bahwa bukti fisik (0,007), keandalan (0,016), daya tanggap (0,003), jaminan (0,000), dan empati (0,008) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial, Uji regresi menunjukkan bahwa bukti fisik (0,162), keandalan (0,172), daya tanggap (0,200), jaminan (0,238), dan empati (0,195) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan uji koefisien determinasi sebesar 93,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sedangkan 6,3% sisanya dipengaruhi variable lain di luar penelitian.

Kata Kunci: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The formulation of the problem in this study is how the influence of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction mox cafe. The purpose of the study was to find out and analyze the effect of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction. The theory used in this study is marketing management theory, service quality theory, and consumer satisfaction theory. The study was conducted at mox cafe consumers. This type of quantitative descriptive research using purposive sampling method with a sample of 60 respondents. The nature of the research is explanatory. The test tool used is multiple linear regression, with SPSS version 20.00 software. T test results show that physical evidence (0.007), reliability (0.016), responsiveness (0.003), guarantee (0,000), and empathy (0.008) have a significant effect on customer satisfaction partially, Regression test shows that physical evidence (0.162), reliability (0.172), responsiveness (0.200), guarantee (0.238), and empathy (0.195) have a positive effect on consumer satisfaction and the test of the coefficient of determination is 93.7% customer satisfaction is influenced by physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy while 6.3% the remainder is influenced by other variables outside of research.

Keywords: *physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction*

2. Pendahuluan

Perkembangan bisnis cafe di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar semakin berkembang dengan pesat. Banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha cafe dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Beberapa lokasi dikota kecil bahkan banyak bermunculan cafe, ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah setempat yang memudahkan perizinan mendirikan usaha. Perkembangan bisnis cafe yang ada di Indonesia ini di akui oleh Sekjen Asosiasi Pengusaha Cafe Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Mufid Wahyudi. Beliau mengakui bahwa bisnis cafe ditahun 2015 tumbuh sekitar 15-20% tingkat persainga yang ketat inilah yang membuat pemain dalam bisnis cafe memikirkan starategi guna memenangkan persaingan.

Fenomena yang ditemui yaitu berkembang pesatnya bisnis cafe di kota Jember banyak bermunculan cafe baru dengan konsep yang berbeda. Ketika banyak bermunculan cafe baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah di kalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, meraka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Ketika konsumen menggap satu cafe tidak memuaskan, maka cafe tersebut akan sangat mudah ditinggalkan. Khususnya untuk kota Jember terdapat beberapa cafe yang terkesan hidup mati karena tidak siap menghadapi persaingan. Maka dari itu pelaku bisnis harus mampu mempersiapkan strategi yang tepat untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan. Salah satunya mempertahankan aspek yang ditawarkan melalui strategi kualitas pelayanan yang fokus pada bagaimana kita mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen.

Tabel 1 Jumlah Cafe Pesaing Di Kota Jember

No	Nama Cafe	Alamat
1	Logye Coffee.id	Jl. Kalimantan No. 55C
2	Pesen Kopi Jember	Jl. Kalimantan No. 14
3	Gerobak Kota	Jl. Kalimantan IX
4	Kedai Kopi Kulo 2	Jl. Kalimantan No. 75
5	Bc Toyip	Jl. Kalimantan No.73
6	Jabon Mini Cafe	Jl. Kalimantan No. 33
7	Kedai Hijau Daun	Jl. Kalimantan
8	Cang Kruk Coffe	Jl. Kalimantan No. 27
9	Rumah Kopi 117	Jl. Kalimantan No. 117
10	Cafe Kolong	Jl. Mastrip
11	Cafe Tipis Tipis	Jl. Danau Toba No. 8
12	Black Coffe Jember	Jl. Bengawan Solo
13	Camp Cafe Jember	Jl. Mastrip No. 11
14	Warunk Babe	Jl. Nias Gg.4
15	Cafe Cak wang	Jl. Mastrip
16	Cafe Nol Kilometer	Jl. Brantas 4
17	Warunk Cafe Mak Nul	Jl. Kalimantan No. 18
18	Stasiun Kopi Jawa	Jl. Jawa No. 24
19	Borneo Cafe Mastrip	Jl. Mastrip No. 55
20	Banu's Cafe	Jl. Karimata No. 120
21	Cafe Trigoli	Jl. Semeru
22	Warung 69	Jl. Mastrip No. 17
23	Grand Cafe Jember	Jl. Jawa
24	Cafe Tega Lurus	Jl. Jawa
25	Warung Kak Cil	Jl. Jawa No. 17
26	Warung Ndalung Tidar	Jl. Tidar
27	Zona Apresiasi Jember	Jl. Tidar
28	JGO Corner	Jl. Tidar No. 21
29	Kedai Kopi Kafein	Jl. Tidar
30	Warkop Cak Kebo	Jl. Tidar

Sumber : google 2019

Pelayanan tidak hanya menjadi tuntutan dari konsumen, tetapi juga untuk manajemen perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Menurut Kusumawaty (2012), Restoran dan cafe merupakan tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang mempekerjakan pelayan-pelayan untuk tamunya dengan menyajikan hidangan berupa makanan dan minuman. Menurut Suryaningtyas (2013), kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan atau instansi, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. Menurut Supriatin (2009), kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Banyak ragam pengungkapannya, karena kepuasan itu adalah sesuatu yang abstrak dan sulit diukur.

Kualitas dapat dipegaruhi oleh cara pandang setiap orang yang bersifat subjektif. Kualitas dianggap ukuran relatif dari kebaikan sutau produk atau jasa.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan penilaian terhadap suatu produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (*intangibile*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Disamping perbedaan karakteristik ini, dalam penelitian kualitas pelayanan, konsumen terlibat langsung dalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakan. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen maka perlu dilakukan penelitian konsumen. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan mengakibatkan pelanggan tidak puas dan berimbas pada profit yang akan diterima oleh perusahaan. Kualitas layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Cafe Mox merupakan salah satu cafe di Kabupaten Jember yang menyajikan beragam fasilitas *exclusive* dan unggul untuk menarik hati para pengunjung dan pelanggannya, Cafe Mox Jember menerapkan sistem pelayanan yang ramah terhadap konsumen. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan kepada pengunjung adalah menyajikan pesanan dengan cepat, dan membantu mendiskripsikan menu-menu yang disajikan. Namun, sistem pelayanan yang diterapkan oleh Cafe Mox Jember tidak semata-mata telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga perlu dikaji apakah sistem pelayanan yang diterapkan oleh Cafe Mox Jember telah memenuhi keinginan dan harapan konsumen atau dianggap terlalu berlebihan oleh konsumen. Selama ini Cafe Mox Jember belum pernah meneliti kualitas pelayanan yang telah diberikan, sehingga mereka tidak tahu dan tidak bisa mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen. Bagian yang paling rumit dalam pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen yang satu dengan konsumen yang lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten.

Tabel 2 Omset Café Mox Jember 2018

No.	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp 14.420.000
2	Februari	Rp 12.025.000
3	Maret	Rp 10.110.000
4	April	Rp 12.624.000
5	Mei	Rp 12.331.000
6	Juni	Rp 11.970.000
7	Juli	Rp 10.012.000
8	Agustus	Rp 14.943.000
9	September	Rp 11.112.000
10	Oktober	Rp 12.869.000
11	November	Rp 15.190.000
12	Desember	Rp 14.310.000

Sumber : Data Café Mox Jember 2018

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa pendapatan Cafe Mox Jember masih fluktuatif (naik turun). Pada bulan Januari pendapatan Cafe Mox Jember sebesar Rp.14.420.000,-. Bulan Februari pendapatan Cafe Mox Jember sebesar Rp. 12.025.000,- dan pada bulan Maret sebesar Rp. 10.110.000,-, dari bulan Januari sampai Maret pendapatan Cafe Mox Jember mengalami penurunan. Bulan April pendapatan Cafe Mox Jember sebesar Rp. 12.624.000,-, bulan Mei Rp. 12.331.000,-, bulan Juni Rp.11.970.000,-, dan bulan Juli Rp. 10.012.000,-, dari bulan April sampai bulan Juli pendapatan Cafe Mox Jember juga mengalami penurunan. Bulan Agustus pendapatan Cafe Mox Jember mengalami kenaikan sebesar Rp. 14.943.000,-. Bulan September mengalami penurunan sebesar Rp. 11.112.000,-, sedangkan pada bulan September sampai dengan bulan November mengalami kenaikan sebesar Rp. 15.190.000,-, dan bulan November sampai Desember pendapatan Cafe Mox Jember mengalami penurunan yaitu sebesar Rp. 14.310.000,-.

Dari pemaparan di atas maka penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mox Cafe Jember”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena yang kita ketahui diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember ?
2. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember ?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember ?
4. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember ?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember ?
6. Apakah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Mox Jember ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember. Dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda.

1. Untuk menguji pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember.
2. Untuk menguji pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember.
3. Untuk menguji pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember.
4. Untuk menguji pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember.
5. Untuk menguji pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen pada Café Mox Jember.
6. Untuk menguji pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen Cafe Mox Jember.

Manfaat Penelitian

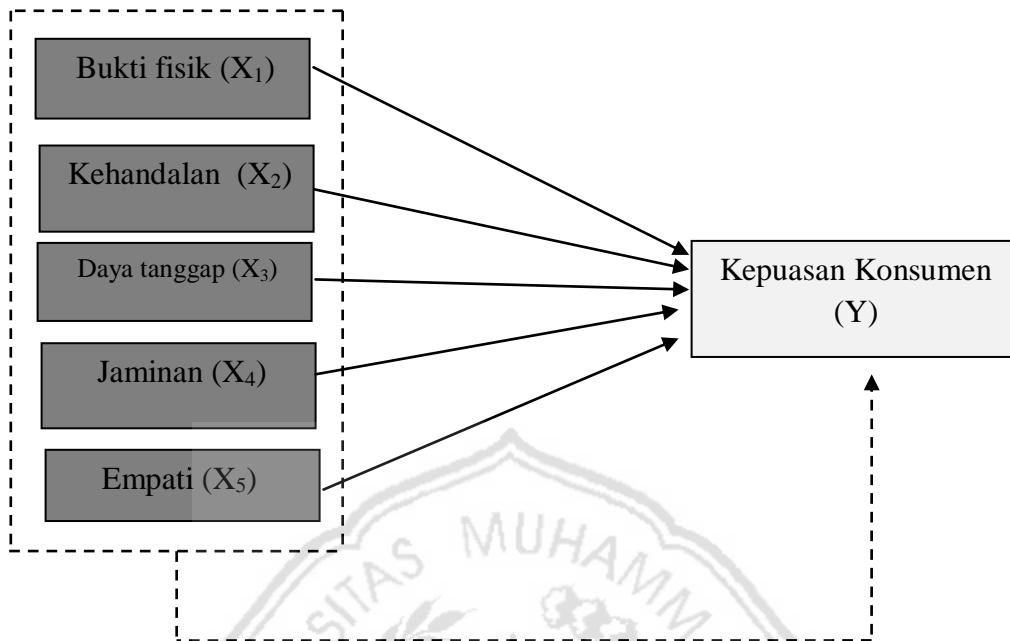
Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Akademisi
Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi ilmu manajemen, terutamanya berkaitan dengan bidang studi manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Usaha
Penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan usaha Cafe Mox Jember dan usaha sejenisnya.
3. Bagi Peneliti
Bahan informasi, pembelajaran dan masukan positif bagi usaha bisnis sebagai dasar layanan terhadap kualitas jasa yang lebih baik.

3. Metode Penelitian

Hasil tinjauan pustaka memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat ditunjukkan oleh adanya lima dimensi pengukuran yaitu *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (bukti fisik). Kelima dimensi tersebut merupakan penentu mutu kualitas pelayanan Cafe Mox Jember. Dengan adanya kualitas jasa yang tinggi, konsumen akan merasakan kepuasan ketika menggunakan layanan tersebut. Dengan semakin tingginya kepuasan konsumen, maka akan tercipta suatu loyalitas untuk terus menggunakan produk tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1 berikut:

Dimensi Kualitas Layanan



Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: jurnal dan skripsi yang dikembangkan untuk penelitian

Keterangan:

-----► Secara simultan: Bukti fisik (X₁), kehandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), dan empati (X₅) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Kepuasan Konsumen (Y).

————► Secara parsial: Bukti fisik (X₁), kehandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), dan empati (X₅) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Konsumen (Y).

Hipotesis Penelitian:

1. Bukti fisik (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
2. Kehandalan (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
3. Daya tanggap (X₃) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
4. Jaminan (X₄) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
5. Empati (X₅) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
6. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2011: 90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Di Mox Cafe Jember dengan Metode Regresi Linier Berganda. Sugiyono (2011: 91), mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sukandar Rumidi (2006:

50) “sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling*, metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2011). Pertimbangan tersebut meliputi konsumen yang pernah menikmati layanan Cafe Mox Jember. Juga konsumen atau pengunjung yang telah berumur minimum 17 tahun karena dianggap oleh peneliti sebagai sampel yang telah memahami dan dapat mengevaluasi substansi kualitas layanan Cafe Mox Jember.

Kriteria yang harus dipenuhi responden dalam penggunaan metode *purposive sampling* adalah :

1. Responden adalah para pelanggan yang telah lebih dari 3 kali berkunjung ke Cafe Mox Jember.
2. Responden adalah para pelanggan yang telah merasakan sebagian kualitas pelayanan yang ada di Cafe Mox Jember.
3. Responden rutin berkunjung setidaknya 3 bulan paling lama dari kunjungan terakhirnya ke Cafe Mox Jember.

Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sample, ukuran sample sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Berikut ini perhitungan jumlah sampel berdasarkan Sekaran (2006):

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah variable} \times 10 \\ &= (5 + 1) \times 10 \\ &= 60 \text{ sampel} \end{aligned}$$

4. Hasil dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 20,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error
1	Konstanta	0,506	0,442
2	Bukti Fisik (X1)	0,162	0,058
3	Kehandalan (X2)	0,172	0,069
4	Daya Tanggap (X3)	0,200	0,064
5	Jaminan (X4)	0,238	0,059
6	Empati (X5)	0,195	0,071

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,506 + 0,162 X_1 + 0,172 X_2 + 0,200 X_3 + 0,238 X_4 + 0,195 X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Bukti Fisik

X2 = Keandalan
X3 = Daya Tanggap
X4 = Jaminan
X5 = Empati

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta sebesar 0,506 menunjukkan besarnya Kepuasan Konsumen pada saat Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati sama dengan nol.
2. $b_1 = 0,162$ artinya meningkatnya bukti fisik per satuan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,162 satuan, dengan asumsi keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen yang berarti semakin baik bukti fisik akan berdampak pada semakin baiknya Kepuasan Konsumen dengan asumsi keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati konstan.
3. $b_2 = 0,172$ artinya meningkatnya keandalan per satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,172 satuan, dengan asumsi bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik keandalan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen dengan asumsi bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati konstan.
4. $b_3 = 0,200$ artinya meningkatnya daya tanggap per satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,200 satuan, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik daya tanggap akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen dengan asumsi bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati konstan.
5. $b_4 = 0,238$ artinya meningkatnya jaminan per satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,238 satuan, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik jaminan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan empati konstan.
6. $b_5 = 0,195$ artinya meningkatnya empati akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,195 satuan, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik empati akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan konstan.

b. Uji Hipotesis

1. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik pada tabel 4.12, menunjukkan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis yang menyatakan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan diterima.

Tabel 4: Hasil Uji F

No	Kriteria	Keterangan
1	F hitung (188,732)	F tabel (2,272) Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05) Signifikan

Sumber: Lampiran 6

Berdasar tabel 4.15 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($188,732 > 2,272$) maka bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya (H_1 diterima).

2. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 5: Hasil Uji t

No	Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel	Keterangan
1	Bukti fisik	0,007	0,05	2,794	1,6736	Signifikan
2	Kehandalan	0,016	0,05	2,494	1,6736	Signifikan
3	Daya Tanggap	0,003	0,05	3,127	1,6736	Signifikan
4	Jaminan	0,000	0,05	4,060	1,6736	Signifikan
5	Empati	0,008	0,05	2,745	1,6736	Signifikan

Sumber: Lampiran 6

Dari tabel 5, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- Hasil uji bukti fisik mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,007 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,794 > 1,6736$) yang berarti bahwa hipotesis bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa bukti fisik mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik bukti fisik akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.
- Hasil uji kehandalan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,016 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,494 > 1,6736$) yang berarti bahwa hipotesis kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kehandalan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.
- Hasil uji daya tanggap mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,127 > 1,6736$) yang berarti bahwa hipotesis daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa daya tanggap mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik daya tanggap akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

- d. Hasil uji jaminan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,060) > t tabel (1,6736) yang berarti bahwa hipotesis jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa jaminan mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik jaminan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.
- e. Hasil uji empati mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,008 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,745) > t tabel (1,6736) yang berarti bahwa hipotesis empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa empati mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik empati akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

5. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kelima variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,007 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,794) > t tabel (1,6736) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa bukti fisik yang meliputi fasilitas fisik seperti internet wifi, lahan parkir, kamar kecil, meja panjang untuk pengunjung yang datang berkelompok bersama teman serta kerabatnya, bangunan yang bagus dan menarik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widyasari (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004), Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) menyatakan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Kehandalan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,016 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,494) > t tabel (1,6736) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Kehandalan yang meliputi pelayanan karyawan yang berkompentensi dalam bidangnya, karyawan yang profesional dalam menjalankan tugasnya dan kecekatan karyawan dalam melayani pelanggan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa kehandalan ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widyasari (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004),

- Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) yang menyatakan ada pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen.
Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,127) > t tabel (1,6736) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Daya Tanggap yang meliputi karyawan tanggap apabila konsumen membutuhkan bantuan, karyawan yang memberikan layanan secara cepat dan tepat, dan karyawan yang selalu bersikap ramah ketika memberikan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa ada pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widayarsi (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004), Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) yang menyatakan ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen.
 4. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen.
Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,060) > t tabel (1,6736) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh jaminan yang meliputi jaminan keamanan dari staf keamanan cafe, kenyamanan saat menikmati hidangan di cafe dan jaminan kebersihan yang selalu terjaga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa ada jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widayarsi (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004), Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) yang menyatakan ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen.
 5. Pengaruh Empati terhadap kepuasan konsumen.
Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Empati terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,008 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,745) > t tabel (1,6736) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh Empati yang meliputi karyawan memberikan perhatian secara individual kepada konsumen, karyawan dapat dihubungi setiap waktu apabila pelanggan ingin memesan menu baru dan karyawan sudah melayani konsumen dengan baik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa Empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh

Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widyasari (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004), Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) yang menyatakan ada pengaruh Empati terhadap kepuasan konsumen.

6. Pengaruh Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($188,732 > 2,272$) maka bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti kebenarannya (H_1 diterima). Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Muhamad Yusuf dan Silvia Nika (2017), Hasan (2006), Yulisha Anggun Widyasari (2006), Rustika Atmawati dan M. Wahyudin (2004), Trias Setyowati dan Budi Santoso (2018), Suhada dan Andi Eko Putra (2016), Siti Nurhasiba (2017), Ferry Ardiyan, DKK (2017), Arif Wibowo (2014), Wirdayani Wahab (2017), Nurhidayah (2012), dan Fadma Yulianti (2013) yang menyatakan ada pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

6. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bukti fisik (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
2. Keandalan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
3. Daya tanggap (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
4. Jaminan (X_4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
5. Empati (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.
6. Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Café Mox Jember.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Café Mox Jember dari penelitian ini, yaitu: hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanannya diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Café Mox Jember terkait aspek-aspek kualitas pelayanannya meliputi

a. Bukti fisik

1. Penampilan karyawan Café Mox Jember harus rapi dan formal,
2. Modernisasi peralatan dan perlengkapan yang digunakan karyawan Café Mox Jember, dan
3. Setiap karyawan Café Mox Jember harus mempunyai kartu ID

b. Keandalan

1. Kemampuan karyawan Café Mox Jember agar lebih ditingkatkan untuk mengatasi keluhan pelanggan,
 2. Setiap ada masalah segera diatasi oleh karyawan Café Mox Jember, dan
 3. Penanganan masalah dikerjakan secara profesional
- c. Daya Tanggap
1. Selalu siap melayani konsumen,
 2. Kemauan yang tinggi dari karyawan Café Mox Jember untuk melayani konsumen, dan
 3. Pemberian informasi dengan jelas kepada konsumen
- d. Jaminan
1. Membangun kepercayaan konsumen,
 2. Memberikan rasa aman kepada pelanggan ketika melakukan transaksi, dan
 3. Membangun citra baik di mata konsumen
- e. Empati
1. Memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian,
 2. Kemudahan untuk menghubungi karyawan Café Mox Jember, dan
 3. Karyawan Café Mox Jember selalu mengutamakan kepentingan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyan, F, DKK 2017. *Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien (studi kasus pada puskesmas Kedung Mundu Semarang) : Journal Of Management* 3 (3), 2017.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Atmawati, Rustika Atmawati. 2004. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall : Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 5, No. 1, Juni 2004.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. “*Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*”. Usahawan, No.5.
- Bernadine. 2005. “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa Dua, Depok*”. Jurnal
- Hasan. 2006. *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 April 2006.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kusumawati, 2012. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern. 3(1):75-86.

- Nurhasiba, S. 2017. *Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Sangatta* : Vol 6, Nomer 3 2017.
- Nurhidayah. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Bandarmasih wilayah Banjarmasin Timur* : April 2012, Volume 13 Nomor 1.
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, Trias. 2018. *Determinan Kualitas Pelayanan, Harga dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash di Bondowoso* : *International Journal of Science and Business*, Vol. 2, No. 3, 2018, pp 132-140.
- Singarimbun, M. 2007. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Sri Suratno F.G. dan Nursya' Bani Purnama. 2004. "Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua". *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, h. 69-87.
- Suhada. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Nur Ihsan Palembang* : *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 2, Juli 2016.
- Suryaningtyas, 2013. *Penerapan Experiential Marketing Strategy Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit. Andy.
- Wahab, W. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru* : *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Volume 2, Nomer 1, Januari 2017.
- Wibowo, A. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Joga Terhadap Kepuasan Konsumen* : *Jurnal Ilmu Menejemen*. Volume 11, Nomer 2, April 2014.
- Widyasari, Yulisha Anggun. 2006. *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Graha Santika Semarang* : Skripsi tidak di publikasikan, Semarang.
- Yulianti, F. 2013. *Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Nasabah Tabungan pada Bank Panin Tbk KCP_A Yani Banjarmasin* : *Jurnal SPREAD* – Oktober 2013, Volume 3 Nomer 2.
- Yusuf, M. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Fiber pada PT. Telkom Kota Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah* : *Pencarah Publik*, Volume 4 Issu April 2017, page : 21-25 p-ISSN: 2407-3873.