

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi pada Pelanggan Café Maidia di Kecamatan Bajawa, Kabupaten Ngada)**

Maria Elisabeth Hengo Ea; Khalid K. Moenardy; Sari A. Natonis;

Thomas Isliko

***ABSTRACT***

*This study aims (1) to know and explain customer perceptions of Café Maidia Bajawa on the determinants of service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy) and customer satisfaction. (2) Test and explain the effect of physical evidence on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. (3) Test and explain the effect of reliability on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. (4) Test and explain the effect of responsiveness on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. (5) Test and explain the effect of guarantees on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. (6) Test and explain the effect of empathy on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. (7) Test and explain the effect of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously on customer satisfaction at Café Maidia Bajawa. To achieve this goal, a sample of 97 respondents was selected from Café Maidia Bajawa customers. Data collection was carried out using questionnaires, interviews, literature and documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression using SPSS V.22. The results of the descriptive analysis show that Physical Evidence is in the high category (4.20), Reliability is in the very high category (4.40), Responsiveness is in the very high category (4.33), Guarantee is in the very high category (4.37 ) Empathy is in the very high category (4.43) and customer satisfaction is in the very high category (4.28). Thus the sixth hypothesis in this study states that the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Based on adjust R square shows the contribution of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables of 60.9% and the remaining 39.1% is influenced by other variables outside this study. It is recommended that Café Maidia Bajawa pay more attention to the average score of physical evidence variables which are still in the high category. For variables that are not significant, namely physical evidence and guarantees, it is suggested that the physical evidence system further improve its services and for guarantees so that employees can provide more good information and foster customer trust in the café. To find out these developments, it really depends on the frequency of implementation of employee knowledge improvement programs and periodic evaluations conducted through customer satisfaction surveys*

***Keywords: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.***

**PENDAHULUAN**

Perubahan gaya hidup telah mengakibatkan perubahan strategi pemasaran bisnis Café. Dalam menghadapi persaingan, strategi yang diterapkan adalah kualitas

layanan. Meningkatnya kualitas layanan menjadi dasar untuk menggambarkan ciri sebuah layanan dari jasa tersebut. Kualitas layanan menurut Zeitham (dalam Tjiptono, 2004) memiliki lima dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: 1) Bukti fisik yaitu peralatan, personel dan fasilitas komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang digunakan untuk menyediakan layanan, fasilitas-fasilitas fisik seperti gedung, ruang pelayanan, kebersihan, ruang tunggu, parkir merupakan salah satu aspek kualitas pelayanan karena akan memberikan donasi untuk konsumen yang membutuhkan jasa perusahaan. Penerapan dimensi ini, terlihat dari fasilitas belum memadai khususnya parkir, sehingga sering kali pelanggan harus parkir di luar halaman. 2) Keandalan, yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang sesuai dengan akurasi dan kepastian. Ini berarti bahwa layanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan saat layanan disediakan. 3) Ketanggapan, yaitu kemampuan pegawai untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif. Ini menyediakan layanan untuk kecepatan, ketepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. 4) Jaminan yaitu kesopanan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan pada pelanggan, dan pengetahuan serta kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menciptakan kepercayaan perusahaan. Pada dimensi ini terlihat dari kurangnya karyawan Café Maidia sehingga menimbulkan ketidaktepatan waktu dalam mengantar pesanan pelanggan. 5) Empati, yaitu kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini terkait dengan perhatian atau kepedulian terhadap pelanggan. Café Maidia Bajawa telah menerapkan semua dimensi kualitas layanan, walaupun beberapa belum terimplementasi dengan baik. Dimensi kualitas layanan yang diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat

mendorong mereka untuk berkunjung kembali sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan Café Maidia Bajawa.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2018 jumlah kunjungan mencapai 5200 pengunjung. Penurunan yang signifikan baru terjadi pada tahun 2020 dengan jumlah 3310 pengunjung, jumlah pelanggan yang fluktuatif tersebut menyebabkan pendapatan di Café Maidia tidak mencapai target yang disyaratkan oleh administrasi Café Maidia. Kejadian ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen Café agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan perusahaan untuk terus menarik minat pelanggan.

Layanan yang diberikan Café Maidia terhadap pelanggannya harus memperhatikan hal tertentu yang dapat menunjang terjadinya kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan Café merupakan suatu hal yang sangat penting agar membuat para pelanggan café merasa di hargai sebagai pelanggan. Penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan juga ditunjukkan melalui hasil penelitian dari Badjamal (2021), Siti Syahsudarmi (2018), Sari Atul Hilaliyah (2017), Jeniriana Nitjano (2020)

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan (*service quality*) memiliki peran yang sangat menentukan bagi semua organisasi bisnis, terutama yang bergerak dalam sektor jasa karena berkontribusi signifikan bagi penciptaan *diferensiasi*, *positioning*, dan strategi bersaing perusahaan. Tjiptono dan Candra (2011) menyebutkan, sejumlah riset empiris menyimpulkan bahwa *profitabilitas*, pangsa pasar, ROI (*return on investment*), perputaran aset, efisiensi, biaya, kepuasan pelanggan, loyalitas, minat pembelian ulang, dan komunikasi WOM (*word of mouth*) berkaitan positif dengan persepsi terhadap kualitas layanan sebuah organisasi (Boulding, *et al.*, 1993). Menurut Wyckof dalam (Tjiptono, 2006:260) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan tidak dilihat dari sudut pandang penyedia layanan atau *service provider*, tetapi didasarkan pada persepsi pelanggan sebagai penerima layanan. Jika pelayanan yang diterima atau dipersepsikan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2004:14) kualitas layanan meliputi lima dimensi adalah:

1. Bukti fisik (*tangibles*) peralatan, personel dan fasilitas komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang digunakan untuk menyediakan layanan, fasilitas-fasilitas fisik seperti gedung, ruang pelayanan, kebersihan, ruang tunggu, parkir merupakan salah satu aspek kualitas pelayanan karena akan memberikan donasi untuk konsumen yang membutuhkan jasa perusahaan.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang sesuai dengan akurasi dan kepastian. Ini berarti bahwa layanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, setiap saat layanan ini disediakan.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan pegawai untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif. Ini menyediakan layanan untuk kecepatan, ketepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
4. Jaminan (*assurance*) kesopanan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan pada pelanggan, dan pengetahuan serta kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menciptakan kepercayaan dan keyakinan pada perusahaan.
5. Empati (*emphaty*), yaitu kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini terkait dengan perhatian atau kepedulian terhadap pelanggan.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2007:177) kepuasan pelanggan: Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelahnya perbandingan kinerja produk (hasil) yang dihitung berdasarkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan yang tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Menurut Rangkuti (2004:56) “Bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan”. Tjiptono (2014:368) menggunakan indikator dari kepuasan pelanggan yakni; perasaan puas, kesesuaian harapan, minat konsumen untuk berkunjung kembali, akan merekomendasikan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3560 orang (data pelanggan tahun 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah datang di Café MaiDia Bajawa. Sedangkan sampelnya penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelanggan café Maida Bajawa pada tahun 2022 sehingga didapat 97 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan spontanitas atau secara kebetulan, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu peneliti pada lokasi penelitian maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan pembagian kusioner, observasi, wawancara dan dokumentasi secara langsung kepada responden yang berada di café Maida Bajawa. Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi literatur, penjelajahan internet dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.

## HASIL

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS Versi-22 diperoleh hasil sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10 : Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda : Pengaruh Bukti Fisik ( $X_1$ ),  
Kehandalan ( $X_2$ ), Ketanggapan ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), Empati ( $X_5$ ) Terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel	Coefficient	t-test	Signifikansi	Standardize d Coefficient (Beta)
00	Konstanta	2,303	1,109	0,270	-
01	Bukti Fisik ( $X_1$ )	0,182	1,532	0,129	0,133
02	Kehandalan ( $X_2$ )	0,768	7,459	0,000	0,546
03	Ketanggapan ( $X_3$ )	0,400	3,491	0,001	0,273
04	Jaminan ( $X_4$ )	0,180	1,556	0,123	0,124
05	Empati ( $X_5$ )	0,268	2,188	0,031	0,178
R = 0,793		F = 30,853	Standart Error Of Estimate = 1,451		
Adjust R Square = 0,609		Signifikansi = 0,000			

Sumber: Lampiran, Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Menggunakan Program SPSS V.22

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program

SPSS V.22, diperoleh hasil sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.9 model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian, yaitu:  $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+ b_3X_3+ b_4X_4+b_5X_5+e$ . Selanjutnya, mengacu pada hasil analisis sebagaimana ditampilkan pada tabel 4.10, maka diperoleh hasil persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y=2,303+0,182X_1+0,768X_2+0,400X_3+0,180X_4+0,268X_5+1,451$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda, persamaan regresi tersebut diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta= 2,303, variabel Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati bernilai konstanta tetap sama dengan nol (tidak berubah), maka besarnya perubahan variabel kepuasan pelanggan sebesar 2,303.
2. Koefisien  $X_1 = 0,182$ , variabel Bukti Fisik mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), sementara keandalan, ketanggapan, jaminan, empati tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,182.
3. Koefisien  $X_2 = 0,768$ , variabel Keandalan mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), sementara bukti fisik, ketanggapan, jaminan, dan empati tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,768.
4. Koefisien  $X_3 = 0,400$ , variabel Ketanggapan mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), sementara bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,400.
5. Koefisien  $X_4 = 0,180$ , variabel Jaminan mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), sementara bukti fisik, keandalan, ketanggapan dan empati tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,180.
6. Koefisien  $X_5 = 0,268$ , variabel Empati mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), sementara bukti fisik, keandalan, ketanggapan dan jaminan tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,268.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis 1 dan 2 digunakan untuk menguji masing-masing dari variabel x dengan uji t. Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan atau tidak.

1. Hipotesis 1 (Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 variabel  $X_1$  bukti fisik diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,532 dengan tingkat signifikan 0,12 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 ( $df = 97-6=91$ ). Karena nilai signifikansi 0,12 lebih besar dari alpha 0,05 ( $p>a$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $1,532<1,986$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hipotesis 2 (Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 variabel  $X_2$  kehandalan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,459 dengan tingkat signifikan 0,00 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 ( $df = 97-6=91$ ). Karena nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari alpha 0,05 ( $p<a$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $7,459>1,986$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hipotesis 3 (Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 variabel  $X_3$  ketanggapan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,491 dengan tingkat signifikan 0,00 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 ( $df = 97-6=91$ ). Karena nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari alpha 0,05 ( $p<a$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,491>1,986$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Hipotesis 4 (Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 variabel  $X_4$  jaminan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,556 dengan tingkat signifikan 0,12 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 ( $df = 97-6=91$ ). Karena nilai signifikansi 0,12 lebih besar dari alpha 0,05 ( $p>a$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $1,556<1,986$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Hipotesis 5 (Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 variabel  $X_5$  empati diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,188 dengan tingkat signifikan 0,03 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 ( $df = 97-6=91$ ). Karena nilai signifikansi 0,03 lebih kecil dari alpha 0,05 ( $p<a$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih

besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,188 > 1,986$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Uji F (Uji Simultan) – Hipotesis 6**

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa angka signifikan sebesar 0.000 dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 30,853  $F_{tabel}$  dengan *degree of freedom*  $df = 97-6=91$ ,  $\alpha = 5\%=0,05$ , maka diperoleh  $F_{tabel} = 2,31$ . Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima, dan jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak. Hasilnya nilai  $F_{hitung} 30,853 > F_{tabel} 2,31$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima atau ada pengaruh signifikan secara simultan variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variabel dependen, besarnya  $R^2$  berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  atau yang biasa disebut dengan koefisien determinasi yang di peroleh adalah 0,609 artinya 60,9% variasi yang terjadi terhadap kuat lemahnya kepuasan pelanggan disebabkan oleh variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) sedangkan 39,1% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Dengan kesalahan baku *Standart Error Of Estimate*  $S_e = 1,451$ .

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) di peroleh hasil bahwa variabel empati ( $X_5$ ), memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hal ini di ketahui dari nilai signifikan pada uji t variabel empati ( $X_5$ )  $t_{hitung}$  sebesar 2,188, sedangkan  $t_{tabel}$  di ketahui pada  $\alpha 0,05$  sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} (2,188) > t_{tabel} (1,986)$ . Berdasarkan hasil uji t, maka hipotesis kelima berbunyi empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan variabel-variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Kehandalan ( $X_2$ ), Ketanggapan ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ). Secara simultan

berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini diketahui hasil dari uji F yang menunjukkan nilai  $F_{hitung} (30.853) > F_{tabel} (2,31)$ . Dengan demikian hipotesis keenam pada penelitian ini berbunyi variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia.

Hasil uji Koefisiensi Determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,609 artinya bahwa setelah dilakukan penelitian diketahui sebesar 60,9% bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sisanya 39,1% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang di mana di ukur menggunakan lima dimensi utama yang dijadikan variabel yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati sangat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia.

## **KESIMPULAN**

1. Bukti Fisik secara keseluruhan berada pada kategori tinggi, Kehandalan berada pada kategori sangat tinggi, Ketanggapan berada pada kategori sangat tinggi, Jaminan berada pada kategori sangat tinggi, dan Empati berada pada kategori sangat tinggi, secara keseluruhan variabel-variabel kualitas layanan berada pada kategori sangat tinggi dan kepuasan pelanggan Café Maidia Bajawa berada pada kategori sangat tinggi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia. Dibuktikan dengan hasil output SPSS IBM diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,532, sedangkan  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} < t_{tabel} (1,532 < 1,986)$ .
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia. Dibuktikan dengan hasil output SPSS IBM diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,459 sedangkan  $t_{tabel}$  di ketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel} (7,459 > 1,986)$ .

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketanggapan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia. Dibuktikan dengan hasil output SPSS IBM diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,491 sedangkan  $t_{tabel}$  di ketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (3,491>1,986).
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia. Dibuktikan dengan hasil output SPSS IBM diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,556, sedangkan  $t_{tabel}$  diketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (1,556<1,986). Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia. Dibuktikan dengan hasil output SPSS IBM diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,188 sedangkan  $t_{tabel}$  di ketahui pada alpha 0,05 sebesar 1,986, maka hasilnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,188>1,986).
6. Hasil penelitian menunjukan kelima variabel yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Café Maidia Bajawa. Dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 30,853 yang lebih besar dibandingkan dengan F tabel sebesar 2,31.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badjamal, F. A., & Sakaria, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan pelanggan Pada Warung Kopi Celebest Di Kota Palu*. Jurnal Ekonomi Trend, 9(1), 11-16.
- Hilaliyah, S. A., Djawahir, A. H., & Susilowati, C. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Yang Di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Kotler, Philip. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Nitjano, J., Budiharti, N., & Indriani, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi pada Kantin Kampus ITN 2 Malang).

Jurnal Valtech, 3 (2), 226-229.

Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Syahsudarmi, S. (2018). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru*. *Journal Development*, 6(1), 47-60.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono .2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media

Tjiptono.2014. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.