

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffe Shop Nurona Space di Kota Bandung

Rizki Ayu Utari¹, Hendrawan², Haerudjaman³, Asep Permadi Gumelar⁴

¹Agribisnis, Universitas Ma'soem, Indonesia

^{2,3}Teknologi Pangan, Universitas Ma'soem, Indonesia

⁴Agribisnis, Universitas Garut, Indonesia

Aiipitnurhasanah123@gmail.com

Received : Apr' 2023 Revised : Apr' 2023 Accepted : Apr' 2023 Published : Apr' 2023

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Caffee shop Nurona Space in Bandung. In this study, the method used is Independent Variable and Dependent Variable, the research used is primary and secondary with data collection methods using questionnaires. The number of research samples used were 50 customers, the analysis obtained by accidental simply method used is the validates and reliability test, multiple linear, t test, spss and f test. From the research results show Quality of Service a positive and significant effect on customer satisfaction at the Nurona Space coffee shop.

Keywords : *Cafe Shop; Satisfaction; Service Quality.*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Caffe shop* Nurona Space di Kota Bandung. Dalam penelitian ini metode yang dipakai Variabel Independen dan Variabel Dependen, penelitian yang digunakan adalah primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner . Jumlah sampel penelitian yang dipakai sebanyak 50 pelanggan, analisis yang diperoleh secara accidental simply method dan menggunakan Uji validitas dan Reliabilitas, linear berganda , uji t, spss dan uji F. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *coffe shop* Nurona Space.

Kata Kunci : *Cafe Shop; Kepuasan; Kualitas Pelayanan.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang sangat terkenal dengan keindahan alamnya. Daratan, perairan dan lautan di Indonesia menjadi habitat tumbuhan dan hewan yang sangat banyak jenisnya, bahkan di dunia terkenal menjadi salah satu tempat dengan keragaman hayati tertinggi. Alam yang indah itu juga menjadi tempat tumbuh beragam komoditi pertanian dan perkebunan yang dibudidayakan oleh petani dan juga perusahaan. Keindahan alam Indonesia menarik minat para wisatawan manca negara untuk datang berkunjung sehingga menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber devisa yang besar.

Salah satu tempat wisata kuliner yang sangat digandrungi masyarakat khususnya kaum milenial yaitu kafe. Seiring pertambahan jumlah penduduk di Kota Bandung yang semakin pesat, bertumbuhan pula industri yang menopang seluruh aspek kehidupan. Globalisasi dan perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi mendorong tumbuhnya gaya hidup modern. Gaya hidup masyarakat modern di negara-negara maju mudah untuk diketahui dan ditiru oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat khususnya kaum milenial sangat suka menunjukkan jati dirinya dengan makan minum di kafe atau restoran. Saat ini minum kopi di kafe dianggap sebagai gaya hidup modern. Umumnya di kafe-kafe produk yang sangat digemari adalah varian minuman kopi seperti espresso, ristretto, americano, cappuccino, macchiato, cortado, latte, flat white, affogato dan mocaccino.

Hasil perkebunan kopi Indonesia menempati posisi penting di industri kopi internasional. Jenis kopi arabika dan robusta terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi pemuliaan tanaman seperti rekayasa genetic. Kedua jenis kopi tersebut disajikan di kafe-kafe dengan metode dan teknologi penyajian minuman kopi yang semakin canggih.

Jumlah kafe di Kota Bandung terus bertambah seiring dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan berkembangnya gaya hidup modern perkotaan. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018), jumlah kafe di Kota Bandung sebanyak 339 buah. Jumlah tersebut akan terus berkembang seiring kreatifitas masyarakat Kota Bandung dalam menciptakan jenis makanan dan minuman yang digemari masyarakat [1]. Semakin banyak jumlah kafe yang beroperasi di suatu tempat, maka persaingan untuk mendapatkan konsumen akan semakin ketat. Setiap kafe perlu kreatif menciptakan menu makanan dan minuman yang dapat diterima oleh konsumen, dan perlu melakukan berbagai upaya untuk menarik konsumen untuk datang berkunjung ke kafe tersebut.

Menurut Sodexo (2019), setiap perusahaan tentu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya [2]. Namun demikian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan ditengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan yang dijalankan tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan. Faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah : Mutu Produk, Kualitas pelayanan, Penetapan harga; Pengalaman belanja yang menyenangkan (pengalaman belanja pelanggan yang berbanding lurus dengan kemudahan selama proses pembelian, artinya, proses belanja yang mudah, cepat, dan fleksibel); Testimoni orang lain (orang lain menerima pengalaman yang baik dan merasa puas dari pengalaman orang lain); dan Strategi pemasaran.

Menurut William J. Stanson (2003), pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun potensial [4]. Sedangkan menurut

Sofjan Assauri (2013), strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan [3].

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama setiap kafe, karena konsumen yang merasa puas terhadap produk atau pelayanan suatu kafe akan cenderung datang lagi ke kafe tersebut. Sebaliknya jika konsumen tidak puas terhadap suatu kafe, maka cenderung tidak akan pernah datang lagi ke kafe tersebut. Zeithaml dan Bitner (2009) berpendapat bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia.

Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen kafe karena citra kualitas pelayanan yang baik berasal dari persepsi konsumen itu sendiri. Semakin baik kualitas pelayanan kafe akan menyebabkan konsumen terpuaskan karena apa yang didapatkan dari pelayan sesuai dengan harapannya. Kualitas pelayanan juga merupakan ciri keunggulan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumennya. Menurut Supranto (2006) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

Kafe Nurona Space di Kota Bandung berdiri sejak tahun 2021, meskipun telah banyak kafe berdiri di Kota Bandung tidak menyurutkan pemilik kafe tersebut untuk memulai bisnis kreatif dengan menciptakan berbagai menu makanan dan minuman yang mempunyai ciri khas. Pemilik kafe berpandangan bahwa bisnis kafe akan terus berkembang sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk di Kota Bandung, pertumbuhan ekonomi masyarakat, dan gaya hidup kaum milenial. Di samping produk makanan dan minuman yang khas, kualitas pelayanan menjadi fokus perhatian agar dapat menumbuhkan loyalitas konsumen. Diharapkan dengan kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan, konsumen akan merasa puas dan menceritakan pengalamannya di kafe kepada orang lain. Karena itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan di Kafe Nurona Space terhadap kepuasan konsumennya.

METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai bulan Mei 2022. Adapun tempat penelitiannya dilaksanakan di Kafe Nurona Space yang terletak di Jalan Arcamanik Endah Nomor 40A Kelurahan Sukamiskin Kecamatan Arcamanik Kota Bandung. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Serta instrumen pengumpulan data dengan kata lain penelitian ini adalah kuesioner/angket yang disebarakan kepada para pengunjung kafe (responden). Jawaban responden dalam kuesioner kemudian akan dikelompokkan berdasarkan skala Likert, yaitu Skala yang berisi 5 tingkatan preferensi jawaban dipergunakan untuk menjawab bagian pertanyaan penelitian. Dan berdasarkan data dari manajemen kafe bahwa populasi dalam penelitian ini relatif besar dan sangat dinamis, maka dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga

serta dana, maka pada penelitian ini digunakan teknik *accidental sampling method*, bahwa responden ditentukan secara kebetulan yaitu siapa saja konsumen yang kebetulan bertemu dengan peneliti dijadikan sebagai responden. Dengan asumsi bahwa setiap hari bertemu dengan lima orang konsumen selama enam hari kerja, maka jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang.

Tabel 1. Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Teknik analisis data yang sudah didapat dari responden diuji terlebih dahulu untuk memastikan data tersebut layak untuk dianalisis selanjutnya dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Signifikansi Parsial (Uji t Student) dan Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Analisis data ini melalui 2 (dua) tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 5, sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Interval Skala

Interval	Kategori
$1,00 < n < 1,80$	Sangat Rendah
$1,80 \leq n < 2,60$	Rendah
$2,60 \leq n < 3,40$	Cukup Tinggi
$3,40 \leq n < 4,20$	Tinggi
$4,20 \leq n \leq 5,00$	Sangat Tinggi

Variabel Kualitas Layanan

Berikut ini penilaian responden terhadap kualitas layanan.

Tabel 3. Penilaian Responden terhadap Kualitas Layanan

No.	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Apakah penataan, keindahan dan kenyamanan <i>indoor</i> sudah baik?	4,38	Sangat Tinggi
2	Apakah penataan, keindahan dan kenyamanan <i>outdoor</i> sudah baik?	4,38	Sangat Tinggi
3	Apakah kebersihan sarana dan prasarana kafe terjamin?	4,32	Sangat Tinggi
4	Apakah karyawan berpenampilan rapih dan bersih?	4,28	Sangat Tinggi
5	Apakah peralatan yang digunakan sudah mengikuti perkembangan jaman?	4,22	Sangat Tinggi
6	Apakah tempat parkir aman dan nyaman?	4,16	Tinggi
7	Apakah fasilitas yang diberikan seperti <i>Wifi/Live Music/AC/TV</i> sudah memuaskan?	4,18	Tinggi
8	Apakah minuman dan makanan yang dipesan cepat disajikan?	4,06	Tinggi
9	Apakah minuman dan makanan yang diantar sesuai dengan pesanan?	4,12	Tinggi
10	Apakah pegawai kafe cepat dalam melayani?	4,00	Tinggi
11	Apakah pegawai kafe bersikap ramah terhadap konsumen?	4,08	Tinggi
12	Apakah anda merasa aman ketika berada dalam area kafe?	3,92	Tinggi
13	Apakah anda merasa mendapat jaminan kenyamanan selama berada di kafe?	4,10	Tinggi
14	Apakah kerahasiaan transaksi anda terjamin?	4,08	Tinggi
15	Apakah karyawan kafe memberikan perhatian yang tulus terhadap setiap Kebutuhan konsumen?	4,06	Tinggi
16	Apakah karyawan kafe peduli terhadap keluhan konsumen?	4,04	Tinggi
17	kualitas layanan	4,15	Tinggi

Berdasarkan tabel diatas, dari 50 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai Kualitas Layanan dengan nilai Tinggi (Mean 4,15). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Café Nurona Space cukup tinggi, hal ini terlihat dari penataan, keindahan dan kenyamanan ruangan baik *indoor* maupun *outdoor*, pegawai cafe cepat dalam melayani, pegawai cafe bersikap ramah terhadap konsumen, karyawan cafe memberikan perhatian yang tulus terhadap setiap Kebutuhan konsumen dan lain sebagainya.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Berikut ini penilaian responden terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Item Variabel	Mean	Kategori
1	Apakah makanan dan minuman yang disajikan karyawan kafe sesuai dengan harapan?	4,20	Sangat Tinggi
2	Apakah pelayanan karyawan kafe sesuai dengan harapan?	4,12	Tinggi
3	Apakah anda berminat untuk berkunjung kembali ke kafe karena pelayanan karyawan sesuai dengan harapan?	4,16	Tinggi
4	Apakah anda berminat untuk berkunjung kembali ke kafe karena manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi makanan/ minuman yang disediakan kafe?	4,14	Tinggi
5	Apakah anda menyarankan teman atau kerabat untuk datang berkunjung dan membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan karyawan kafe yang memuaskan?	4,16	Tinggi
6	Apakah anda merekomendasikan teman atau kerabat untuk datang berkunjung karena manfaat yang dirasakan setelah mengkonsumsi makanan/ minuman disediakan?	4,14	Tinggi
7	Apakah anda mendapat kesesuaian harga untuk setiap jenis produk yang ditawarkan?	4,40	Tinggi
8	Apakah anda mendapat informasi yang jelas tentang produk yang ada di kafe?	4,50	Tinggi
9	Apakah anda mendapat perlakuan yang sama dengan konsumen yang lain?	4,40	Tinggi
10	Apakah anda mendapat kesesuaian pelayanan sesuai yang diharapkan?	4,50	Tinggi
11	kepuasan pelanggan	4,27	Tinggi

Berdasarkan tabel diatas, dari 50 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai kepuasan yang dirasakan dengan nilai Tinggi (Mean 4,27). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Café Nurona Space yang cukup tinggi, yang terlihat dari makanan dan minuman yang ada sesuai dengan harapan, pelayanan sesuai dengan harapan, merekomendasikan teman atau kerabat tentang tempat dan makanan yang disediakan Café Nurona Space dan lain sebagainya.

Uji Validitas

Berikut ini hasil pengujian validitas data dengan menggunakan SPSS

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,848	0,279	Valid
P2	0,378	0,279	Valid

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P3	0,770	0,279	Valid
P4	0,657	0,279	Valid
P5	0,698	0,279	Valid
P6	0,691	0,279	Valid
P7	0,781	0,279	Valid
P8	0,855	0,279	Valid
P9	0,850	0,279	Valid
P10	0,944	0,279	Valid
P11	0,949	0,279	Valid
P12	0,775	0,279	Valid
P13	0,846	0,279	Valid
P14	0,807	0,279	Valid
P15	0,794	0,279	Valid
P16	0,700	0,279	Valid
P17	0,365	0,279	Valid
P18	0,281	0,279	Valid
P19	0,788	0,279	Valid
P20	0,356	0,279	Valid
P21	0,470	0,279	Valid
P22	0,532	0,279	Valid
P23	0,371	0,279	Valid
P24	0,437	0,279	Valid
P25	0,283	0,279	Valid
P26	0,359	0,279	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai r-hitung $> 0,279$ (r-tabel), sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.

Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas data pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Data hasil penelitian dapat diterima bila kisaran *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Adapun hasil uji reabilitas menggunakan spss adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	6

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* (0,753) $> 0,60$ sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner bersifat reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan arah dan besar pengaruh setiap variable bebas terhadap variabel tak bebas. Berdasarkan perhitungan spss hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan

(bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan pada table berikut ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
33.585	3.159		10.630	.000
.487	.127	.578	3.823	.000
-.045	.232	-.036	-.194	.847
.106	.332	.065	.318	.752
-.315	.237	-.235	-1.329	.191
.171	.311	.076	.551	.584

Berdasarkan tabel diatas hasil penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut:

$$Y = 33,583 + 0,487X_1 - 0,045X_2 + 0,106X_3 - 0,315X_4 + 0,171X_5$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 33,583. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan konsumen adalah 33,583.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel bukti fisik (X1) yaitu sebesar 0,487. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel bukti fisik dan kepuasan konsumen. Hal ini artinya jika variabel bukti fisik mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,487. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kehandalan (X2) yaitu sebesar -0,045. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel kehandalan dan kepuasan konsumen. Hal ini artinya jika variabel kehandalan mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,045. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel daya tanggap (X3) yaitu sebesar 0,106. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel daya tanggap dan kepuasan konsumen. Hal ini artinya jika variabel daya tanggap mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,106. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan.
5. Nilai koefisien regresi untuk variabel jaminan (X4) yaitu sebesar -0,315. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara

variabel jaminan dan kepuasan konsumen. Hal ini artinya jika variabel jaminan mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,315. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

6. Nilai koefisien regresi untuk variabel empati (X5) yaitu sebesar 0,171. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel empati dan kepuasan konsumen. Hal ini artinya jika variabel empati mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan 0,171. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Untuk dapat mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel dapat dibandingkan dengan derajat kepercayaan sebesar 5%. Nilai t-hitung kemudian dibandingkan dengan t-tabel :

1. Variable X1 (bukti fisik), nilai t-hitung (3,823) > t-tabel (1,680), yang berarti variabel bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel X2 (kehandalan), nilai t-hitung (-0,194) < t-tabel (1,680), yang berarti variabel kehandalan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel X3 (daya tanggap), nilai t-hitung (0,318) < t-tabel (1,680), yang berarti variabel daya tanggap tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
4. Variabel X4 (jaminan), nilai t-hitung (-1,329) < t-tabel (1,680), yang berarti variabel jaminan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
5. Variable X5 (empati), nilai t-hitung (0,551) < t-tabel (1,680), yang berarti variabel empati tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program spss didapatkan hasil untuk uji F sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Analisis Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	77.508	5	15.502	4.147	.004 ^b
1 Residual	164.492	44	3.738		
Total	242.000	49			

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa F-hitung (4,147) > F-tabel (2,43), yang berarti variabel bebas bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Nilai R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.320	.243	1.934

Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 0,320 atau 32%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas layanan sebesar 32%, sedangkan sisanya sebesar 68% dijelaskan oleh faktor (variable) lain yang tidak diteliti.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan pada Coffe Shop Nurona Space di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018). Jumlah kafe di Kota Bandung.
- [2] Sodexo. 2019. 6 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. <https://www.sodexo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan/>. Di akses pada tanggal 08 agustus 2022.
- [3] Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- [4] Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.
- [5] Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm.