
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bestdrip Coffee And Resto Jakarta Selatan

Yefri Kono, Amrullah*, Pricilia Johani Sakti
Institut Pariwisata Trisakti
*amrullah@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Bestdrip Coffee and Resto in South Jakarta. The background of this research is based on the importance of service quality as a key factor in maintaining customer loyalty amid the increasingly competitive culinary business landscape. A quantitative approach with a correlational research design was employed. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents using the accidental sampling technique. The research instrument underwent validity and reliability testing, and all items were declared valid and reliable. The results of the analysis indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The regression equation obtained is $Y = 0.147 + 0.945X$, with a t -value of 29.466 and a p -value < 0.05 , indicating that H_0 is rejected. The coefficient of determination shows that service quality contributes significantly to customer satisfaction. The conclusion of this study is that service quality is a crucial factor in shaping customer satisfaction. The study recommends improving various aspects of service through staff training, enhancing responsiveness, and maintaining cleanliness and comfort in the restaurant's facilities to increase long-term customer satisfaction and loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 100 responden menggunakan teknik accidental sampling. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya dengan hasil seluruh butir pernyataan dinyatakan sahih dan konsisten. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 0,147 + 0,945X$, dengan nilai t hitung sebesar 29,466 dan p -value $< 0,05$, yang berarti H_0 ditolak. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi besar terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Saran yang diberikan adalah perlunya peningkatan aspek pelayanan melalui pelatihan karyawan, peningkatan responsivitas, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan fasilitas agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Semakin maju zaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia berubah, terutama kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman sangat berkembang dan bervariasi mulai dari harga dan jenisnya. Dari hal itu, persaingan bisnis di bidang kuliner sangat ketat serta memengaruhi industri makanan dan minuman mulai dari produsen hingga konsumennya, Sancoko (2015). Pemilik restoran harus dapat menciptakan kualitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk-produk yang diberikan oleh perusahaan, beberapa wilayah di Indonesia seperti Provinsi DKI Jakarta, tepatnya di Jakarta Selatan memiliki perkembangan cukup pesat dalam dunia wisata kuliner yang beranekaragam dan unik-unik sehingga dapat menjadikan peluang bisnis yang memberikan keuntungan bagi para pengusaha maupun para konsumen yang menikmati kuliner tersebut (Kristiana, 2018).

Membuka suatu usaha dalam bidang kuliner ini ada beberapa masalah yang harus dipikirkan, terutama kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang mendatang, konsep yang sesuai dengan jenis usaha yang diinginkan meliputi konsep restoran, suasana restoran, pelayanan yang diberikan oleh restoran, dan beberapa fasilitas yang menunjang tingkat kepuasan tamu terhadap restoran tersebut.

Kualitas pelayanan yang di analisis didasarkan pada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: Berwujud (Tangibles), Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy) menurut Harjuno (2014). Sedangkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, dapat diidentifikasi dengan 5 faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk, harga, faktor emosional, kualitas pelayanan, dan kemudahan, Irawan (2008).

Jakarta Selatan mengalami perkembangan dalam bidang kuliner salah satunya dengan kemunculan berbagai macam industri jasa di bidang Food & Beverage seperti restoran di wilayah Jakarta Selatan. Dalam persaingan yang sangat ketat maka hal utama yang harus di prioritaskan oleh Restoran khususnya Bestdrip Coffee and Resto ini adalah kualitas pelayanan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan harus selalu melakukan evaluasi terhadap kinerjanya. Dengan evaluasi tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan oleh kualitas pelayanan yang sesuai sehingga pelanggan merasa puas dan tidak akan berpaling ke restoran lainnya.

Bestdrip Coffee and Resto adalah sebuah Restoran yang baru berdiri selama 2 tahun atau tepatnya pada tahun 2022, terletak di Jl. Ciputat raya no. 18. Restoran ini memiliki konsep yang sederhana dan dapat dinikmati semua kalangan, baik dari kalangan menengah ke bawah ataupun menengah ke atas. Kesederhanaannya ini lah yang membuat restoran ini berbeda dengan restoran yang lain. Terdapat live music setiap hari rabu dan sabtu malam di Bestdrip, Restoran ini buka dari jam 10 pagi sampai 10 malam. Terdapat 5 karyawan dan 2 Chef yang bekerja di Bestdrip coffee and resto. Restoran ini dapat di gunakan untuk event private seperti acara ulang tahun, pernikahan, atau anniversary. Restoran ini menyajikan makanan-makanan laut seperti udang, ikan, cumi, dan sebagainya dengan harga yang relatif murah dan dapat dijangkau. Tidak heran apabila restoran ini dapat bertahan dan menarik perhatian para pelanggan untuk kembali ataupun datang ke restoran ini, dari sekian banyak pelanggan ada yang memberikan rating atau nilai-nilai dari segi suasana, harga, rasa, pelayanan, dan kebersihan.

Berdasarkan pengamatan awal yang saya lakukan di Bestdrip coffee and resto, di temukannya kualitas pelayanan yang belum sepenuhnya memenuhi kepuasan pelanggan.

Misalnya saat penyajian makanan pelanggan harus menunggu sangat lama sampai makanan tersebut di hidangkan, pelayan yang bertugas pun kurang tanggap dalam melayani konsumen apabila konsumen membutuhkan peralatan makanan dan minuman tambahan maka akan sangat sulit untuk memanggil pelayan yang sedang bertugas. Permasalahan kualitas pelayan ini sangat penting untuk di carikan solusi agar pengunjung akan datang kembali ke resto ini. Pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sangat penting sebagaimana yang di ungkapkan oleh Tjiptono (2015).

Begitu juga pendapat dari beberapa kerabat yang pernah datang ke Bestdrip coffee and resto. Mereka mengatakan bahwa kualitas pelayanan di bestdrip sangat kurang memuaskan sehingga perlunya evaluasi secara mendalam, dan solusi yang tepat khususnya di bidang pelayanan agar dapat mengembalikan citra baik Bestdrip coffee and resto.

Menurut Tjiptono (2015), kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, yang erat kaitannya dengan persepsi dan ekspektasi yang dimiliki pelanggan terhadap suatu perusahaan atau layanan. Kabir dan Carlsson (2010) menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas dapat diukur dengan pendekatan *service quality*, yang melihat sejauh mana perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan. Sebagaimana dijelaskan oleh Parasuraman et al.

Dalam Harjuno (2014), kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima dengan yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan perusahaan, melibatkan seluruh sumber daya untuk mencapai standar yang diinginkan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan telah diidentifikasi oleh Yarimoglu (2014), yang mencakup keamanan, konsistensi, sikap, kelengkapan, kondisi, ketersediaan, serta pelatihan pelayanan untuk penyedia jasa. Pelayanan dapat dipahami sebagai tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat intangible dan tidak mengarah pada kepemilikan apa pun.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman et al. dalam Harjuno (2014) mengidentifikasi lima dimensi utama yang menjadi tolok ukur kualitas pelayanan, yaitu *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance*. Dimensi pertama, *Tangibles*, mencakup bukti fisik yang menunjukkan eksistensi perusahaan, seperti penampilan sarana dan prasarana fisik serta kondisi lingkungan sekitar. Bukti fisik ini menjadi cerminan nyata dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dimensi kedua, *Empathy*, menekankan pada perhatian pribadi dan usaha memahami keinginan konsumen. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian yang mendalam tentang pelanggan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan memenuhi ekspektasi mereka, sebagaimana diungkapkan oleh Marati (2016).

Selain itu, dimensi *Responsiveness* atau ketanggapan juga sangat penting, karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Di sisi lain, dimensi *Reliability* menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Terakhir, dimensi *Assurance* berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan melalui kesopansantunan dan jaminan terhadap kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul ketika harapan pelanggan terhadap produk atau layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Kepuasan pelanggan tercipta ketika harapan pelanggan dipenuhi melalui pengalaman menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Gofur (2019), kepuasan konsumen merujuk pada perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumennya.

Pentingnya kepuasan pelanggan dalam pemasaran berorientasi pasar dijelaskan oleh Kandampully & Suhartanto (2000), yang menekankan bahwa kepuasan pelanggan harus dijadikan faktor utama dalam setiap aktivitas pemasaran. Fadhilah & Amalia (2021) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen yang timbul selama atau setelah pemanfaatan produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, pelayanan, dan lokasi.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Setyo (2017), terdapat tujuh faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Faktor pertama adalah terpenuhinya harapan konsumen, di mana kepuasan tercipta ketika konsumen merasa keinginan dan kebutuhan mereka terhadap suatu produk atau layanan telah dipenuhi. Selain itu, sikap atau keinginan menggunakan produk juga berperan penting, karena sikap yang terbentuk melalui pengalaman langsung atau informasi dari orang lain dapat memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Faktor lain yang memengaruhi adalah kemauan konsumen untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, serta reputasi baik yang dimiliki perusahaan, yang mencakup citra merek, perusahaan, dan layanan prima.

Loyalitas pelanggan juga menjadi indikator penting dalam mengukur kepuasan, karena konsumen yang puas cenderung lebih loyal terhadap suatu produk atau layanan. Selain itu, lokasi perusahaan yang strategis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena kemudahan akses untuk membeli atau mengonsumsi produk atau layanan sangat memengaruhi keputusan pelanggan. Stauss dan Neuhaus (2005) dalam studi mereka membedakan beberapa tipe kepuasan pelanggan, seperti *Demanding Customer Satisfaction*, yang mencerminkan kepuasan aktif dan keinginan untuk memperbaiki pelayanan di masa depan. Tipe lainnya, seperti *Stable Customer Satisfaction* dan *Resigned Customer Satisfaction*, menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih pasif namun tetap berhubungan dengan pengalaman pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menemukan penemuan baru dengan mengukur data melalui metode statistik, seperti yang dijelaskan oleh Jaya (2020). Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel acak atau random. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan", menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan jenis penelitian korelasional untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai sampel, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juni 2024 di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, mulai dari April hingga Juni 2024, yang mencakup berbagai tahapan mulai dari penentuan judul penelitian, penyusunan latar belakang, kajian teori, hingga penyusunan kesimpulan dan saran. Tabel 3.1 menjelaskan tentang jadwal waktu penelitian yang dilakukan di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan, yang menunjukkan pembagian kegiatan per bulan dan per minggu untuk menyelesaikan setiap bagian dari penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Populasi tersebut mencakup individu dengan karakteristik yang serupa, meskipun terdapat variasi dalam jumlah presentasi masing-masing karakteristik. Berdasarkan definisi yang dijelaskan oleh Jaya dalam Sugiyono (2020), populasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik yang relevan dengan penelitian ini. Sampel penelitian ini diambil menggunakan teknik nonprobability sampling, khususnya sampling insidental (Sugiyono, 2017), yang memilih responden berdasarkan keterbatasan waktu dan akses. Dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang dihitung adalah 100 responden yang mewakili populasi untuk tujuan penelitian ini.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdiri dari dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Untuk mengukur kualitas pelayanan, digunakan lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman (2017), yaitu Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance, yang setiap sub-indikatornya diukur menggunakan skala Likert. Begitu pula untuk mengukur kepuasan pelanggan (Y), dimensi-dimensi yang digunakan meliputi Terpenuhi Harapan Konsumen, Sikap atau Keinginan Menggunakan Produk, Merekomendasikan Kepada Pihak Lain, Kualitas Layanan, Loyalitas, Reputasi yang Baik, dan Lokasi. Setiap dimensi diukur berdasarkan kriteria tertentu menggunakan skala Likert, yang memberikan gambaran tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, yang merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun untuk memperoleh informasi dari responden yang relevan dengan topik penelitian. Kuesioner ini didistribusikan menggunakan Google Form untuk mempermudah pengumpulan data secara online, sebagaimana dijelaskan oleh Dewi & Sudaryanto dalam Sugiyono (2020). Data dikumpulkan secara cross-sectional, yaitu pada waktu tertentu untuk mengamati hubungan antara variabel (X) dan (Y) dengan mengajukan pertanyaan berbentuk pilihan ganda kepada responden yang telah mengunjungi Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang akurat dan relevan untuk penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrumen kuesioner yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, dengan menggunakan korelasi Bivariate Pearson. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach untuk memastikan konsistensi hasil kuesioner. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Uji koefisien korelasi mengukur besarnya hubungan linier antara variabel X dan Y, sementara uji koefisien determinasi mengukur kontribusi masing-masing variabel terhadap hasil penelitian. Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y, dan uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	56	56
Perempuan	44	44
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan dengan masing-masing sejumlah 56 atau 56% dan 44 atau 44%. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
17 - 27 tahun	28	28
>27 - 37 tahun	33	33
>37 - 47 tahun	17	17
>47 - 57 tahun	15	15
>57 tahun	7	7
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Tabel 2 merupakan tabel tentang karakteristik responden berdasarkan usia. Diketahui bahwa sebagian besar responden berusia lebih dari 27 hingga 37 tahun dengan persentase sebesar 33%. Selain itu, responden yang berusia 17 sampai 27 tahun juga cukup banyak dengan persentase sebesar 28%. Responden yang berusia di atas 37 hingga 47 tahun sebesar 17%. Diketahui pula bahwa sebagian kecil responden berusia lebih dari 57 tahun. Setelah mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa/i	18	18
Pegawai Pemerintahan	58	58
Pegawai Swasta	17	17
Wirausaha	7	7
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan pegawai pemerintahan dengan persentase sebesar 58%. Sedangkan, sebagian kecil responden merupakan seorang wirausaha dengan persentase sebesar 7%. Diketahui pula bahwa responden yang merupakan mahasiswa/i dan pegawai swasta masing-masing sebesar 18% dan 17%. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan ditampilkan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
<5 juta	44	44
<5 juta - 10 juta	33	33
>10 juta - 15 juta	13	13
>15 juta	10	10
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki rata-rata perbulan lebih dari 15 juta dengan persentase sebesar 10%. Sedangkan, sebagian besar responden memiliki pendapatan perbulan sebesar kurang dari 5 juta dengan persentase sebesar 44%. Disusul oleh responden yang memiliki pendapatan perbulan diantara 5 hingga 10 juta sebesar 33%. Diketahui pula bahwa responden yang memiliki pendapatan per bulan diantara 10 hingga 15 juta sebesar 13% atau 13 orang.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan Pernyataan	Nilai Korelasi	Kepuasan Pelanggan Pernyataan	Nilai Korelasi
Barista Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan menggunakan pakaian yang ciri khas, rapi dan bersih	0.785	Pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan.	0.851

Kualitas Pelayanan Pernyataan	Nilai Korelasi	Kepuasan Pelanggan Pernyataan	Nilai Korelasi
Terdapat wifi di setiap lantai di setiap Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan	0.815	Pelayanan yang di berikan oleh Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan sangat memuaskan.	0.622
Keterampilan dan sopan santun yang dimiliki barista Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan sangat baik	0.762	Pelanggan merasa senang terhadap rasa dan aroma makanan yang diberikan oleh Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan	0.857
Karyawan Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan selalu memberikan perhatian yang tulus serta berusaha untuk memahami keinginan pelanggan.	0.777	Pelanggan mengatakan akan datang Kembali ke Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan	0.859
Pelayanan yang diberikan Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan kepada costumer dilakukan secara cepat tanpa membiarkan konsumen menunggu terlalu lama.	0.762	Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan layak untuk di rekomendasikan kepada orang lain	0.861
Karyawan Bestdrip Coffee and Resto selalu tanggap Terhadap masalah yang di hadapi pelanggan	0.884	Pelanggan akan merekomendasikan Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan kepada orang lain	0.893
Barista Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan memiliki kompetensi dalam melayani dan meracik kopi dengan cepat	0.854	Pelanggan merasa senang terhadap promo yang diberikan oleh Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan	0.794
Barista memberikan pilihan dan solusi kepada pelanggan yang bingung memilih produk Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan.	0.853	Kualitas layanan Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan sangat baik dan mudah untuk didapatkan	0.869
Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.	0.903	Pelanggan akan melakukan pembelian di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan secara berulang kali.	0.832
Bestdrip Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan memiliki Upaya untuk menciptakan brand image yang baik terhadap pelanggan.	0.864	Pelanggan merasa memiliki loyalitas terhadap Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan	0.820

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas data diberikan pada Tabel 4.5. Hasil dari pengujian validitas telah menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variable kualitas pelayanan telah valid karena hasil nilai korelasi lebih besar dari 0,197. Begitu pula dengan nilai korelasi pada pernyataan variabel kesetiaan pelanggan yang menunjukkan nilai lebih dari 0,197, artinya pernyataan-pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan telah valid. Oleh karena itu, semua pernyataan digunakan dalam analisis selanjutnya yaitu variabel

kualitas pelayanan sebanyak 10 pernyataan dan variabel kepuasan pelanggan sebanyak 14 pernyataan.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	0,784
Kepuasan Pelanggan	0,775

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6 pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan telah reliable.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	Estimasi Parameter	T hitung	p-value
Constant	0.147		
Kualitas pelayanan	0.945	29.466	0.000

Sumber: Data diolah

Pembuktian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Berdasarkan hasil dari tabel diatas, nilai t hitung menunjukkan nilai 29,466, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Jika t hitung > t tabel maka H0 ditolak; (2) Jika t hitung < t tabel maka H0 diterima. Menentukan t tabel pada penelitian ini menggunakan signifikansi dua sisi 0,05 dengan df = 100 - 2 = 98. Maka didapat nilai t tabel sebesar 1,66. Maka dari itu, berdasarkan hasil t hitung dari tabel 4.32 dinyatakan bahwa Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan dengan ketentuan angka t tabel sebesar 1,66 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga model regresi sederhana yang didapatkan adalah sebagai berikut.

$$Y = 0,147 + 0,945X$$

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian ini, diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Berdasarkan analisis statistik deskriptif, sebagian besar responden menilai kualitas layanan di Bestdrip Coffee and Resto cukup baik, meskipun ada beberapa responden yang merasa layanan masih bisa ditingkatkan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan yang diberikan telah memadai, perusahaan masih memiliki ruang untuk perbaikan dalam upaya mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Selain itu, analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa meskipun sebagian responden merasa sangat puas, ada juga yang berpendapat bahwa kepuasan pelanggan masih bisa diperbaiki lebih lanjut untuk mencapainya dengan lebih optimal. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi yang tinggi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun sudah sangat baik dalam menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di

Bestdrip Coffee and Resto Jakarta Selatan. Oleh karena itu, manajemen disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan bagi karyawan, dengan fokus pada keramahan, keterampilan komunikasi, pengetahuan produk, dan kebersihan. Selain itu, karyawan juga disarankan untuk selalu memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan profesional kepada pelanggan, serta merespons kebutuhan mereka dengan cepat. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini, guna memperoleh wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kabir, M. H., & T. Carlsson. (2010). Expectations, Perceptions, and Satisfaction About Service
- Jaya, S. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Geprek Benu di Bandar Lampung. *Skripsi*. Program sarjana: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
- Kristiana, Y., Michael, T.S., dan Samuel, R.S. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*. Vol.9(1): 18-23.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fadhilah, M. W., & Amalia, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bus Kota DAMRI Terhadap kepuasan Pelanggan (Penelitian Pada Penumpang Bus Kota). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(3), 150-162.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Harjuno, P. (2014). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Taman Pintar Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 12.6 (2000): 346-351.
- Marati, N. C. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadapkepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Penelitian pada konsumen gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3). <https://doi.org/10.26740/jptn.v4n3.p0p>
- Sancoko, A.H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time to Eat Surabaya. *Journal AGORA*. Vol. 3(1):185-194.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks. *PERFORMA*, 1(6), 755-764. <https://doi.org/10.37715/jp.v1i6.404>
- Stauss, B., Schmidt, M., & Schoeler, A. (2005). Custom frustration in loyalty programs. *International Journal of Service Industry Management*, 16.3 (2005), 229-252.
- Yarimoglu, E.K. 2014. A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*. Vol. 2(2), 79-93.