

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi pada Konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis)

Dena Susilawati¹, Oyon Saryono², Gagan Chepy Septyana³
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh
gagan_chepy97@unigal.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis yang dapat dilihat dari adanya penurunan konsumen selama periode September 2020 s.d Januari 2021. Hal tersebut diakibatkan karena belum optimalnya kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis dan Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 4.500 orang konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin, sehingga ukuran sampel yang didapatkan adalah sebanyak 98 orang dengan menggunakan teknik Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, dan uji f. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 67,73% dan sisanya 32,27% dipengaruhi oleh faktor lain. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 47,05% dan sisanya 52,95% dipengaruhi oleh faktor lain. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 71,40% dan sisanya 28,60% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Cafe Kopi Djati Ciamis mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas bagi konsumen sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumennya, namun demikian perusahaan perlu lebih memperhatikan tingkat kualitas pelayanan pada indikator responsiveness yaitu dengan cara memberikan respon yang lebih cepat saat konsumen melakukan pembelian, fasilitas pada indikator fasilitas yang ditawarkan yaitu dengan cara lebih memperhatikan lagi kebersihan toilet dan kepuasan konsumen pada indikator perasaan puas yaitu dengan memberikan pelayanan yang lebih maksimal agar konsumen lebih merasa puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Konsumen.

Pendahuluan

Fenomena *coffeshop* akhir-akhir ini sedang populer di Indonesia. *Coffeshop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman non alkohol lainnya dan makanan dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar maupun *live music*. Secara tidak langsung fenomena tersebut tentunya sangat berpengaruh besar dan menciptakan sebuah persaingan antara para pelaku usaha jasa yang bergerak di bidangnya. Persaingan yang terjadi membuat para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Hal ini dilakukan agar

para produsen dapat memastikan bahwa pelanggannya tetap loyal meski terjadi perubahan, karena selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan turut andil di dalamnya.

Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, para pelaku usaha berupaya cepat tanggap dalam memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan. Masukan tersebut dapat digunakan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang inovatif agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Menciptakan kepuasan bagi pelanggan merupakan salah satu cara agar dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepuasan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu *profit strategi* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada dan menghindari berpindahnya konsumen. Kualitas pelayanan yang baik sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Menurut Kotler dalam Alma (2007) bahwa ‘Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan’. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga sangat penting untuk diperhatikan. Menurut Tjiptono (2001:184) bahwa “Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen”. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Fasilitas yang disediakan kepada konsumen dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan besarnya kepuasan konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Saat ini, banyak tempat usaha kopi (*Coffeshop*) yang saling bersaing memberikan pelayanan dan fasilitas yang maksimal untuk menarik konsumennya. Akan tetapi masih banyak kekurangan pelayanan seperti ketidaksengajaan melakukan kesalahan, keterlambatan

pelayanan atau fasilitas yang kurang memadai. Kelebihan dan kekurangan tersebut akan menjadi factor penentu kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut: (1). Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis ? (2). Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis ? (3). Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis ?

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011:52) mengungkapkan bahwa “Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007) bahwa “Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Berry, (dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011:198) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance*.

Fasilitas

Menurut Kotler (2009:45) “Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2008:148) “Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan”.

Indikator variable fasilitas dalam penelitian ini mengacu pada penelitian (Kertajaya, 2003: 44) meliputi:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang digunakan.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
4. Kelengkapan alat yang digunakan

Kepuasan Konsumen

Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan”. Menurut Kotler (2012:46) bahwa “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Menurut Irawan (2008) indikator kepuasan pelanggan ada empat, yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila gercapainya harapan yang mereka inginkan.

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidak ya kualitas produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang di inginkan pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Menurut Sugiyono (2015:14) Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut,

sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Universitas Galuh. Serta melalui studi kepustakaan dari berbagai sumber pustaka yang relevan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Teknik analisis data tersebut sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

- a. *Return On Equity* menurut Kasmir (2017:205) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

- b. *Net Profit Margin* menurut I Made Sudana (2015:23) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

- c. *Pertumbuhan Laba* menurut Harahap (2015:310) dapat dirumuskan sebagai berikut:.

$$Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \times 100\%$$

2. Analisis Statistik

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Analisis Regresi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi (Uji t dan Uji f).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Kualitas pelayanan merupakan suatu cara pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dan kecepatan penyampainnya untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan

agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Djati Ciamis. Berdasarkan hasil penelitian di Cafe Kopi Djati Ciamis mengenai kualitas pelayanan dengan indikator *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability* dan *Assurance*, responden memberikan tanggapan yang baik terhadap pernyataan – pernyataan kuesioner yang diberikan oleh penulis. Dari hasil jawaban kuesioner diperoleh total skor sebesar 4135 dan nilai tersebut berada pada angka 4117-4900. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Cafe Kopi Djati Ciamis dinyatakan sangat baik. Artinya perusahaan sudah menerapkan kualitas pelayanan yang baik untuk konsumennya, dengan cara memberikan respon yang cepat saat ada yang melakukan pembelian, selalu buka tepat pada waktunya, memiliki karyawan berpenampilan rapi, menjaga kebersihan makanan dan minuman, mengutamakan kepentingan konsumen, memberikan perhatian penuh kepada konsumen serta mampu membuat konsumen merasa aman dan nyaman saat berada di Cafe Kopi Djati Ciamis.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis memiliki pengaruh yang sangat baik. Hal tersebut terbukti karena variabel kualitas pelayanan dengan indikator Berwujud (*Tangible*) yaitu pada pernyataan Cafe Kopi Djati Ciamis memiliki bangunan yang terlihat indah dan bersih dengan total skor 437 dalam kategori sangat baik. Hal ini dikarenakan Cafe Kopi Djati Ciamis berada diantara pohon djati dan pada saat malam hari dipenuhi dengan lampu-lampu. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen akan tetap melakukan pembelian ulang apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan konsumen (terciptanya kepuasan konsumen). Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator respon/ketanggapan (*responsiveness*) yaitu pada pernyataan saya mendapatkan respon yang cepat saat melakukan pembelian di Cafe Kopi Djati Ciamis dengan total skor 387. Hal ini dikarenakan terdapat 20 konsumen yang masih merasa kurang mendapatkan respon yang cepat dari Cafe Kopi Djati Ciamis saat sedang melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi sederhana yaitu 0,823 yaitu berada diantara 0,800- 1,000. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 67,73%. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 67,73% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 32,27% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Ketiga yaitu hasil perhitungan uji t yaitu menunjukkan hasil $t_{hitung} = 14,19565 > t_{tabel} = 1,66088$. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi manfaatnya, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Bagi perusahaan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen, sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen. Sedangkan bagi para konsumen dengan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka harapan-harapan konsumen akan terwujud (terciptanya kepuasan konsumen).

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang harus disediakan oleh pihak penjual sebelum memberikan layanan kepada konsumen. Menyediakan fasilitas yang baik menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menciptakan kenyamanan konsumen. Perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk bisa menyediakan fasilitas agar sesuai dengan harapan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Djati Ciamis. Berdasarkan hasil penelitian di Cafe Kopi Djati Ciamis mengenai fasilitas dengan indikator Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang digunakan, Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan, Kelengkapan alat yang digunakan, responden memberikan tanggapan yang baik terhadap pernyataan – pernyataan kuesioner yang diberikan oleh penulis. Dari hasil jawaban kuesioner diperoleh total skor sebesar 3311 dan nilai tersebut berada pada angka 2549-3332. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas pada Cafe Kopi Djati Ciamis dinyatakan sedang. Artinya perusahaan berusaha untuk menyediakan fasilitas yang baik untuk konsumennya, dengan cara melakukan penataan fasilitas dengan rapi, menyediakan tempat parkir yang aman, menyediakan stop kontak listrik, toilet dan tempat sholat yang mudah untuk ditemukan. Dengan menyediakan fasilitas yang baik, Cafe Kopi Djati Ciamis mampu meningkatkan kepuasan konsumennya.

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati memiliki pengaruh yang sedang. Hal tersebut terbukti karena variabel fasilitas dengan indikator kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan yaitu pada pernyataan penempatan meja dan kursi yang ditempatkan Cafe Kopi Djati Ciamis memudahkan konsumen untuk berlalu lalang dengan total skor 445. Hal ini dikarenakan penempatan meja dan kursi yang baik dan tepat di Cafe Kopi Djati Ciamis sehingga memudahkan konsumen untuk berlalu lalang saat mengunjungi Cafe Kopi Djati Ciamis. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen akan tetap melakukan pembelian ulang apabila fasilitas yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan konsumen (terciptanya kepuasan konsumen). Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan yaitu pada pernyataan Cafe Kopi Djati Ciamis mempunyai toilet yang bersih dan nyaman dengan total skor 392. Hal ini dikarenakan terdapat 18 orang yang masih ragu-ragu dan 1 orang yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi sederhana yaitu 0,686 yaitu berada diantara 0,600- 1,999. Ini menunjukkan bahwa variabel bahwa variabel fasilitas memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 47,05%. Artinya fasilitas memiliki pengaruh sebesar 47,05% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 52,95% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Ketiga yaitu hasil perhitungan uji t yaitu menunjukkan hasil menunjukkan $t_{hitung} = 9,23774 > t_{tabel} = 1,66088$. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

Fasilitas dapat dilihat dari segi manfaatnya, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Bagi perusahaan dengan menyediakan fasilitas yang mudah ditemukan oleh konsumen seperti toilet, mushola, tempat parkir dan melakukan penataan yang rapi seperti penempatan meja dan kursi sehingga akan memudahkan konsumen untuk berlalu lalang. Hal tersebut akan menciptakan kepuasan konsumen, sehingga akan menciptakan loyalitas konsumen. Sedangkan bagi para konsumen dengan mendapatkan fasilitas-fasilitas yang mereka inginkan, maka harapan-harapan konsumen akan terwujud (terciptanya kepuasan konsumen).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Menurut Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan”. Kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki peranan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena sebagian konsumen melihat dan menilai kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumennya. Perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menyediakan fasilitas yang nyaman agar sesuai dengan harapan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Djati Ciamis. Berdasarkan hasil penelitian di Cafe Kopi Djati Ciamis mengenai kepuasan konsumen dengan indikator perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), Selalu membeli produk, Akan merekomendasikan kepada orang lain, Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, responden memberikan tanggapan yang baik terhadap pernyataan – pernyataan kuesioner yang diberikan oleh penulis. Dari hasil jawaban kuesioner diperoleh total skor sebesar 3344 dan nilai tersebut berada pada angka 3333-4116. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis dinyatakan baik. Hal ini dapat dilihat ketika konsumen melakukan pembelian ulang karena merasa puas dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Cafe Kopi Djati Ciamis, konsumen bersedia untuk merekomendasikan dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang sudah sangat baik, Cafe Kopi Djati mampu meningkatkan kepuasan kepada konsumennya.

Kepuasan konsumen menjadi faktor yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha terutama *coffeshop* pada Cafe Kopi Djati Ciamis. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis dalam penilaian sangat kuat. Hal tersebut terbukti karena variabel kepuasan konsumen dengan indikator akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu pada pernyataan Konsumen bersedia merekomendasikan Cafe Kopi Djati Ciamis kepada teman atau kerabatnya dengan total skor 429. Hal ini dikarenakan Cafe Kopi Djati Ciamis selalu berusaha untuk menciptakan kepuasan konsumen yang akan mengakibatkan kesukarelaan konsumen untuk merekomendasikan Cafe Kopi Djati Ciamis kepada teman atau kerabatnya. Hal tersebut

menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sudah tercipta pada Cafe Kopi Djati Ciamis. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu pada pernyataan Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Cafe Kopi Djati Ciamis 411. Hal ini dikarenakan masih terdapat 7 orang yang ragu-ragu, 1 orang yang tidak setuju dan 1 orang yang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi berganda yaitu 0,854 yaitu berada diantara 0,800-1,000. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis regresi linier berganda yaitu $y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ atau $y = 0,012 + 0,589 X_1 + 0,274 X_2$. Apabila X_1 bertambah 1 maka nilai y naik sebesar 0,589 begitu pula X_2 bertambah y naik sebesar 0,274. Ketiga hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 71,40%. Artinya kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh sebesar 71,40% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 28,60% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Keempat yaitu hasil perhitungan uji f yaitu menunjukkan hasil $f_{hitung} = 118,59 > f_{tabel} = 3,09$ ini menandakan bahwa hipotesis diterima dan dinyatakan simultan, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

Hal yang dapat menciptakan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan fasilitas. Kualitas pelayanan merupakan suatu cara pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dan kecepatan penyampainnya untuk memenuhi harapan konsumen dan fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang harus disediakan oleh pihak penjual sebelum memberikan layanan kepada konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan dan disertai dengan adanya fasilitas yang nyaman maka harapan-harapan konsumen akan terpenuhi dan akan menciptakan kepuasan konsumen. Yang mana kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. Ini artinya jika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik, maka harapan-harapan konsumen akan terpenuhi, sehingga membuat konsumen merasa senang dan akan menciptakan kepuasan konsumen.

Dengan terciptanya kepuasan konsumen makan akan menciptakan loyalitas konsumen, yang mana loyalitas konsumen akan sangat menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan sudah sangat baik. Hal ini terbukti dengan dijalankannya indikator-indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. Hasil penelitian menyatakan bahwa didapatkan hasil analisis koefisien determinasinya yaitu sebesar 67,73%. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 67,73% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 32,27% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Fasilitas yang disediakan Cafe Kopi Djati sudah sangan baik. Hal ini terbukti dengan dijalankannya indikator-indikator fasilitas terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. Hasil penelitian menyatakan bahwa didapatkan hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 47,05%. Ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh sebesar 47,05% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 52,95% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas pada Cafe Kopi Djati Ciamis sudah sangat baik. Hal ini terbukti dengan dijalankannya indikator-indikator kepuasan konsumen sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. Hasil penelitian menyatakan bahwa didapatkan hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 71,40%. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh sebesar 71,40% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 28,60% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, penulis akan memberikan beberapa saran pada pihak yang bersangkutan. Adapun saran tersebut adalah :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, masih terdapat faktor kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan. Yaitu pada indikator respon/ketanggapan (*responsiveness*). Sehingga penulis menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan faktor tersebut dengan cara memberikan respon yang lebih cepat saat konsumen melakukan pembelian. Peningkatan tersebut dilakukan agar kualitas pelayanan dan fasilitas diperusahaan menjadi lebih baik lagi.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, masih terdapat faktor fasilitas yang perlu ditingkatkan. Yaitu pada indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan. Sehingga penulis menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan lagi kebersihan toilet yang ada di Cafe Kopi Djati Ciamis. Peningkatan tersebut dilakukan agar kualitas pelayanan dan fasilitas diperusahaan menjadi lebih baik lagi.
3. Untuk menciptakan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis agar lebih baik lagi dari saat ini adalah perusahaan harus terus menerus memperbaiki dan memperbaharui kualitas pelayanan dan fasilitas agar sesuai dengan apa yang diharapkan kepuasan konsumen, terutama pada indikator perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya). Sehingga penulis menyarankan agar perusahaan lebih memperhatikan kepuasan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih maksimal agar konsumen lebih merasa puas. Sehingga menciptakan kepuasan konsumen yang akan mengakibatkan terjadinya loyalitas konsumen.

Daftar Pustaka

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml. Leonard Berry. 2009. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. *Journal Of Marketing* : Volume 49.
- A. R, Syamsudin dan Vismaia S. Damaianti. 2009 *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung : Sekolah Pascasarjana UPI dan PT Remaja Rosdakarya.
- Aditya, Tjiptono. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 2011:23.
- Alma, Buchory. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Arvianto , B. R. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap*. Jurnal Gema Wisata, 129-136.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djsalim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Bandung : Linda Karya.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Ombak
- Bugin, M. Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 3. Jakarta : Kencana Prenda Media Group
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Faris L. Lumentut. I. D. Palandeng. 2014. *Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal EMBA, 126-136.
- Handoko. 2009. *Manajemen Cetakan Duapuluh*. Yogyakarta : BPEE.

- Hasibuan, H. & Malayu, S.P. 2007. *Manajemne Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, dan HAmDani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Selemba Empat.
- Moha, S. S. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan*. Jurnal EMBA, 575-584.
- Munawir. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan*. Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, 204-215.
- Nugroho, Sarwo. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma
- Robbins, S. & Coulter, M. 2012. *Management. Eleventh edition. Prentice Hall. New Jersey*.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpuan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sri Wilujengn SP. 2007. *Pengantar Manajemen. Edisi Pertam.*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*, , Jakarta : PT. Gramedia.
- Supranto dan Limakrisn, N. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tauha, M. N. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*. Pada Jurnal Ilmiah Maksitek, 1-12.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ketiga Yogyakarta : ANDI
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Jakarta : PT. Indeks
- Wirjana. 2007. *Mencapai Manajemen Berkualitas*. Jakarta : Andi.

Zaenudin, A. T. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas*. Open Journal System, 486-497.