

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan

Yohanes Mali <sup>1\*</sup>, Kris Dipayanti <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Article History:</b> Received (11-11-2024) Revised (18-11-2024) Accepted (5-12-2024)</p> <p><b>Keywords:</b> Service Quality, Location, Customer Satisfaction</p>	<p><i>This study aims to analyze the influence of service quality and location on consumer satisfaction at Cafe Sedari Kopi dan Teh, Bintaro, South Tangerang. The research method used is quantitative with an associative approach. The study population consisted of 6,761 consumers, with a sample of 99 respondents. Data analysis was carried out through validity, reliability, regression, correlation coefficient, determination coefficient, and hypothesis test. The results showed that the quality of service (X1) and location (X2) had a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y). The regression equation obtained is <math>Y = 3.264 + 0.252 X1 + 0.860 X2</math>. The correlation coefficient of 0.939 indicates a very strong relationship between the free and bound variables, with a simultaneous influence contribution of 88.1%. The hypothesis test shows that the quality of service and location have a significant effect on consumer satisfaction. In conclusion, service quality and location have a positive and significant effect on consumer satisfaction simultaneously.</i></p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen</p>	<p><b>ABSTRAK</b> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe Sedari Kopi dan Teh, Bintaro, Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari 6.761 konsumen, dengan sampel 99 responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi yang diperoleh adalah <math>Y = 3,264 + 0,252 X1 + 0,860 X2</math>. Koefisien korelasi sebesar 0,939 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dan terikat, dengan kontribusi pengaruh simultan sebesar 88,1%. Uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulannya, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.</p>



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

## 1. PENDAHULUAN

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat seperti yang terjadi sekarang ini, menuntut setiap perusahaan harus lebih kreatif dan agresif dalam menciptakan ide-ide dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Salah satu bisnis kuliner yang saat ini yang banyak diminati adalah bisnis café. Cafe yakni salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis karena melihat gaya hidup manusia sekarang yang cenderung lebih menyukai untuk makan dan minum di Cafe serta menjadi tempat kesukaan untuk berkumpul. Para pelaku usaha Cafe dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk merasakan langsung layanan yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis Cafe harus selalu melakukan perubahan atau inovasi serta memberikan pelayanan yang baik dan lokasi yang dapat dijangkau agar konsumen merasa senang dengan layanan yang mudah diperoleh sehingga terjadinya kepuasan pada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan

\*Corresponding author.  
E-mail: [challgmz10@gmail.com](mailto:challgmz10@gmail.com)

khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Café Sedari Kopi Dan Teh Cabang Bintaro merupakan salah satu dari 2 (dua) Cabang. Café Sedari Kopi Dan Teh ini menyediakan makanan dan minuman dengan berbagai varian yang utamanya menjual minuman dalam bentuk coffee untuk semua kalangan serta dilengkapi dengan free wifi, tempat dengan desain modern dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan sehingga membuat para konsumen semakin betah untuk berlama-lama. Café Sedari Kopi Dan Teh ini mencakup semua golongan yang di ambil baik dari kalangan mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga dan pegawai kantoran. Café Sedari Dan Teh salah satu cafe yang lokasinya beralamat di jl. Al Hidayah Pondok Jaya, Sektor 7 Kota Tangerang Selatan, Banten. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik restoran ini.

Pihak manajemen Cafe selalu berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan maupun lokasi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas pelayanan serta lokasi yang ada di cafe, oleh karena itu berhasil tidaknya Cafe dalam berkomunikasi dengan para konsumen tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik dan lokasi yang mudah dijangkau. Ini yang akan menjadi pertimbangan konsumen apabila akan mengunjungi cafe sedari kopi dan teh. Pelayanan yang kurang memuaskan seperti inilah yang akan membuat konsumen enggan untuk kembali lagi. Kurangnya minat untuk berkunjung kembali dikarenakan harapan konsumen tidak sesuai dengan yang mereka dapatkan dari segi pelayanan dan kenyamanan. Oleh karena itu konsumen juga akan enggan untuk merekomendasikannya kepada saudara, teman maupun orang lain. Maka dari itu Cafe Sedari Kopi Dan Teh ini hanya diketahui oleh orang-orang yang memang dekat di sekitar wilayah Cafe Sedari Kopi Dan Teh berada saja, sedangkan di luar daerah tersebut masih banyak orang yang tidak mengetahuinya. kualitas pelayanan juga menjadi penyebab kurang puasnya konsumen terhadap Cafe Sedari Kopi Dan Teh tersebut. Hal ini dikarenakan.

Berdasarkan prasurvey kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap 30 orang responden diatas, pada tabel responden kolom nomor 1 dengan indikator Berwujud dan dengan pernyataan "Cafe Sedari Kurang Memperhatikan Tempat Yang Bersih Dan Nyaman", dan " Karyawan Café Sedari Tidak Berpenampilan Rapih", banyak yang menjawab "Ya" dengan poin masing-masing 19 dan 16. Hal ini menjadi pertanyaan mengapa banyak yang menjawab ya, dan setelah diteliti bahwa para karyawan yang kurang profesional dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Lalu pada indikator Keandalan dengan pernyataan "Café Sedari Kurang Memiliki Karyawan Yang Paham Dengan Keinginan Customer" dan " Karyawan Cafe Sedari Tidak Memberikan Pelayanan Dengan Cepat" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 17 dan 18 suara. pada indikator Ketanggapan dengan pernyataan "Karyawan Café Sedari Tidak Cepat Dalam Menangani Keluhan" dan " Transaksi Pembayaran Di Cafe Sedari Kurang Cepat Dan Lengkap" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 16 dan 17 suara. pada indikator Jaminan & Kepastian dengan pernyataan " Karyawa Café Sedari Tidak Merekomendasikan Semua Menu Dengan Jelas" dan " Cafe Sedari Mempunyai Karyawan Yang Selalu Bersikap Sopan Dan Ramah Kepada Konsumen" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 16 dan 15 suara. Dan pada indikator Empati dengan pernyataan "Karyawan Cafe Sedari Kurang Memahami Kebutuhan Konsumen" dan "Karywan Cefe Sedari Selalu Menyambut Kosumen Dengan Salam Sapa" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 17 dan 16 suara Ini yang menyebabkan kepuasan konsumen terus menurun yaitu dari masih banyaknya kekurangan dalam pelayanan seperti tempat yang kurang luas dan kurang nyaman bagi beberapa konsumen, pelayanan yang lama, dan tidak menyambut konsumen yang datang dan pergi.

Selain kualitas pelayanan, Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Karena ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan- harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas.

Berdasarkan pra survey lokasi menunjukkan jumlah keluhan konsumen pada periode 2023, Pada data tabel responden kolom nomor 1 adalah yang paling tinggi yaitu indikator akses dengan pernyataan

"Akses Pada Cafe Sedari Susah Untuk Di Jangkau Menggunakan Motor Maupun Mobil" mencapai angka 20 yang memilih "Ya", dan pernyataan "Lokasi Cafe Sedari Susah Dijangkau Dengan Jalur Transportasi Umum", dengan banyaknya yang memilih "Ya" sebanyak 18 suara. pada indikator Visibilitas dengan pernyataan "Lokasi Cafe Sedari Tidak Dapat Di Lihat Dari Dari Jalan Raya" dan "Lokasi Cafe Sedari Berada Agak Jauh Jalan Sehingga Susah Di Temukan" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 16 dan 16 suara. Pada pada indikator Tempat parkir yang luas dengan pernyataan "Cafe Sedari Memiliki Parkiran Yang Tidak Luas" dan "Cafe Sedari Memiliki Keamanan Parkiran Yang Terjamin" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 17 dan 15 suara. Lalu pada indikator Ekspansi dengan pernyataan "Cafe Sedari Memiliki Tempat Usaha Dengan Area Yang kurang Luas" dan "Cafe Sedari Memiliki Beberapa Cabang Daerah Tangerang, Yang Berlokasi Di BSD" dengan poin masing-masing yang menjawab "Ya" sebanyak 20 dan 16 suara

Keluhan konsumen tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa konsumen mengalami kesusahan dalam mengakses lokasi Cafe Sedari Kopi Dan Teh tersebut. Pada akses lokasi Cafe Sedari Kopi Dan Teh tidak berada di depan jalan, di sana juga tidak adanya palang toko yang menunjukan arah ke lokasi Cafe Sedari Kopi Dan Teh, karena lokasinya yang tidak berada di depan jalan, hal ini membuat konsumen sangat sulit melihat dan mengetahui lokasi Cafe Sedari Kopi Dan Teh kecuali harus memasuki gang kira-kira 100 meter, sehingga yang datang hanya orang-orang yang sudah tahu lokasinya saja. Akses yang menjadi standar lokasi seharusnya dapat sesering mungkin dilihat dan dilalui oleh konsumen, karena dengan begitu konsumen akan merasa tertarik dan penasaran terhadap cafe tersebut, dan berpotensi untuk membeli produk yang ada pada cafe tersebut.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan melalui suatu proses yang menimbulkan interaksi langsung antara seseorang dengan yang lain, atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen. Sebagian proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkeseimbangan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Menurut (Kotler & Armstrong, 2017) Kualitas pelayanan akan memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen, dimana setiap konsumen menginginkan agar produk atau jasa yang dihasilkan produsen dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Menurut (Cesariana, 2022) Kualitas pelayanan merupakan keahlian perusahaan untuk penuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai yang diharapkan, sehingga kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:49) adalah "seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat". Menurut (Sualang, 2020), kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

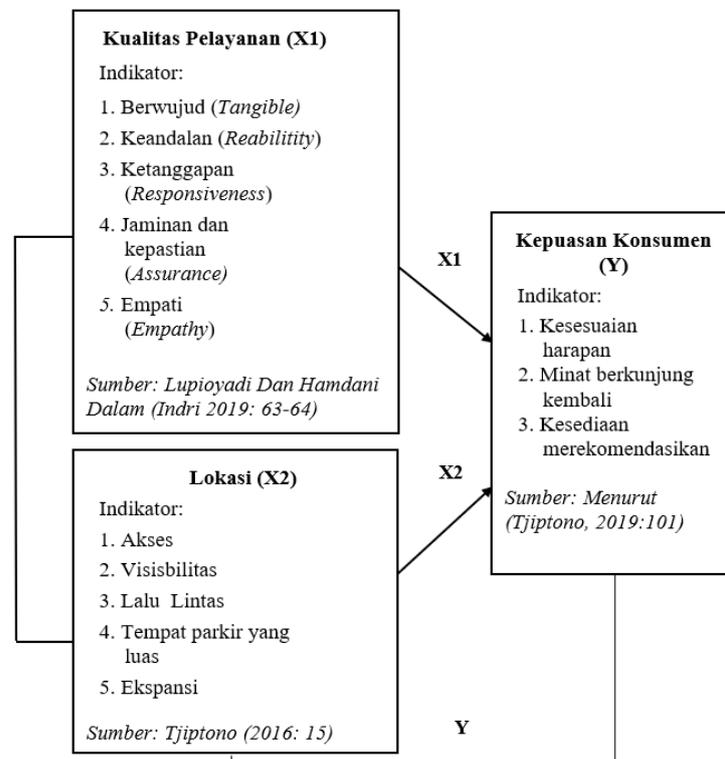
### Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Alma (2016:103) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Menurut Tjiptono dalam Indra Firdiyansyah (2017:3), lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Menurut Lupiyoadi dalam Abdul Latief (2018:94), lokasi juga dikatakan sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Menurut Tjiptono dalam Abdul Latief (2018:93), lokasi adalah keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses terhadap produk bagi para pelanggan potensial. Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan produksi dan kegiatan pemasaran. Lokasi juga salah satu keutusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses bagi para pelanggan.

### Kepuasan Konsumen

Menurut (Nandra, 2022) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan suatu barang atau jasa tersebut. Menurut (Kusumaningrum, 2022) menyatakan bahwa Secara umum kepuasan

pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja antara hasil produk yang diperoleh dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerjanya di bawah ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan menjadi sangat puas atau senang. Menurut Tjiptono (2019:101) ada beberapa konsep inti yang dapat dipakai sebagai indikator kepuasan konsumen. antara lain : Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dan dirasakan sendiri oleh konsumen. Minat Berkunjung Kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa yang terkait. Kesediaan merekomendasi, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasi jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

### Hipotesis

- H1: Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Cafe Sedari Kopi Dan Teh Bintaro Kota Tangerang Selatan secara parsial.
- H2: Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen Cafe Sedari Kopi Dan Teh Bintaro Kota Tangerang Selatan secara parsial.
- H3: Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Cafe Sedari Kopi Dan Teh Bintaro Kota Tangerang Selatan secara simultan.

### 3. METODE

Metode penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Menurut I Made Laut Mertha Jaya (2021:12) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini dilaksanakan di Cafe Sedari Kopi Dan Teh yang beralamat di Jl. Al Hidayah Pondok Jaya, (Bintaro Sektor 7) Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15220. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel diantaranya variabel bebas (independen variabel) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) sedangkan variabel terikat (dependen variabel) yaitu kepuasan konsumen (Y). Populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah 6.761 konsumen selama tahun 2023 dengan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Pada regresi berganda jumlah variabel independent yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap

variabel dependent jumlahnya lebih dari satu. Regresi berganda memiliki arti bahwa variabel dependent dipengaruhi oleh dua atau lebih dari variabel independent sehingga hubungan fungsional antara variabel dependent (variabel Y) dengan variabel independent (X1, X2).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Analisis Regresi Linear Sederhana

**Tabel 1 Output Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.386	2.287		2.792	.000
	Kualitas_layanan	.994	.063	.850	15.910	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

Sumber: Lampiran Output SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar  $Y = 6,381 + 0,994 X1$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 6.381 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 6,381 *point*. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,994 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Kosnumen (Y) sebesar 0,994 *point*.

**Tabel 2 Output Regresi Linear Sederhana Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.005	1.502		3.332	.000
	Lokasi	1.069	.042	.932	25.276	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

Sumber: Lampiran Output SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar  $Y = 5,005 + 1,069 X2$ . Dari persamaan diatas maka dpat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 5,005 diartikan bahwa jika variabel Lokasi (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 5,005 *point*. Nilai koefisien regresi Lokasi (X2) sebesar 1,069 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Lokasi (X2) akan mengkiibatkan terjadinya perubahan pada Keputusan Pembelian sebesar 1,069 *point*.

##### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 3 Output Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.264	1.530		2.133	.000
	Kualitas_layanan	.252	.077	.215	3.252	.000
	Lokasi	.860	.076	.749	11.314	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar  $Y = 3,264 + 0,252 X1 + 0,860 X2$ . Dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,264 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan lokasi (X2) tidak ada atau konstan atau bernilai nol maka telah terdapat nilai Kepuasan konsumen (Y) sebesar 3,264 *point*.
- 2) Nilai 0,252 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,252 *point*.
- 3) Nilai 0,860 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Lokasi (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,860 *point*.

### Analisis Koefisien Korelasi (r)

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Correlations			
		Kualitas_la ayanan	Kepuasan_konsumen
Kualitas_layanan	Pearson Correlation	1	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan_konsumen	Pearson Correlation	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,850 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800 – 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **Sangat Kuat**.

**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Correlations			
		Lokasi	Kepuasan_konsumen
Lokasi	Pearson Correlation	1	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan_konsumen	Pearson Correlation	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi 0,932 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800 – 1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **Sangat Kuat**.

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 <sup>a</sup>	.881	.879	4.04607

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas\_layanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,939 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800 – 1,000 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Lokasi (X2) secara simultan mempunyai tingkat hubungan yang **Sangat Kuat** terhadap variabel Kepuasan konsumen (Y).

### Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel 7 Hasil Pengujian Determinasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.723	.720	6.148
a. Predictors: (Constant), Kualitas_layanan				

Sumber: Lampiran Ouput SPSS 26, 2024

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,723 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 72,3%% sedangkan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 8 Hasil Pengujian Determinasi Secara Pasial Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 <sup>a</sup>	.868	.867	4.241
a. Predictors: (Constant), Lokasi				

Sumber: Lampiran Ouput SPSS 26, 2024

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,868 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 86,8% sedangkan sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 9 Hasil Pengujian Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 <sup>a</sup>	.881	.879	4.046
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas_layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen				

Sumber: Lampiran Ouput SPSS 26, 2024

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,881 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 88,1% sedangkan sisanya sebesar 11,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji -t)

**Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.386	2.287		2.792	.000
Kualitas_layanan	.994	.063	.850	15.910	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen					

Sumber: Lampiran Ouput SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif t hitung > t tabel atau (15,910 > 1,9847). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 . Dengan demikian maka Ho ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.005	1.502		3.332	.000
Lokasi	1.069	.042	.932	25.276	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

Sumber: Lampiran Ouput SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif hitung  $25,276 > 1,9847$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

### Uji Kelayakan Model (Uji F) / Uji Hipotesis Secara Simultan

**Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11664.433	2	5832.217	356.260	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1571.587	96	16.371		
	Total	13236.020	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas\_layanan

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif F hitung  $> F$  tabel atau  $(356.260 > 3,09)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### Pembahasan Penelitian

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi  $Y = 6,381 + 0,994 X_1$  koefisien korelasi sebesar 0,850 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Sangat Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,723 atau 72,3% sedangkan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif t hitung  $> t$  tabel atau  $(15,910 > 1,985)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi Dan Teh Di Bintaro Tangerang Selatan.

#### Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi  $Y = 5,005 + 1,069 X_2$ , koefisien korelasi sebesar 0,932 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Sangat Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,868 atau sebesar 86,8% sedangkan sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel atau  $(25,276 > 1,985)$ . Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sedari Kopi Dan Teh Di Bintaro Tangerang Selatan.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 3,264 + 0,252 X_1 + 0,860 X_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,934 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) mempunyai tingkat hubungan yang **Sangat Kuat** terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi atau

kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,881 atau sebesar 88,1% sedangkan sisanya sebesar 11,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (356,260 > 3,09). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikans 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sedari Kopi Dan Teh Di Bintaro Tangerang Selatan.

## 5. PENUTUP

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Sedari Kopi dan Teh Bintaro. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi 0,850 dan kontribusi sebesar 72,3%. Hasil uji hipotesis menunjukkan t-hitung (15,910) > t-tabel (1,985), dengan probabilitas 0,000 < 0,05, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen: Lokasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Sedari Kopi dan Teh Bintaro, dengan koefisien korelasi 0,932 dan kontribusi sebesar 86,8%. Uji hipotesis menunjukkan t-hitung (25,276) > t-tabel (1,985), dengan probabilitas 0,000 < 0,05, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen: Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan koefisien korelasi 0,934 dan kontribusi sebesar 88,1%. Uji F menunjukkan F-hitung (356,260) > F-tabel (3,09), dengan probabilitas 0,000 < 0,05, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. H., & Sugito, P. (2019). Mediation function brand loyalty on the effects of brand image and price to. *Jurnal Inovasi*, 15(2), 159–170.
- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23-37.
- Alfiani, F. N. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Reka Vida Sirkuit Bekasi.
- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Armstrong, K. (2015). *Marketing an Introduction*. Pearson Education.
- Aydawati, E. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Fahri Jaya Semarang.
- Bailia, Soegoto, Loindong. (2014). ISSN 2303-1174, *Jurnal EMBA*, 2(3).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Girsang, E. R. B. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna e-commerce Lazada di Rawamangun). Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Gujarati, D. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspian Maron Probolinggo. *Unej E-Proceeding*.
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, & Edward Gagah. (2018). *Journal of Management*, 4(4).
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2018). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1, 72-78.
- Janah, F. N. M., Sulasmono, B. S., & Setyaningtyas, E. W. (2019). Peningkatan hasil belajar matematika melalui model pembelajaran Problem Based Learning berbantuan media video Siswa kelas IV SD. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 7(1).
- Keller, K. L. (2014). *Marketing Management*. United States: Pearson Education, Inc.

- Koswara, A., Arisman, L., & Lestari, Y. (2023). *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 1(3).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2017). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maddinsyah, A., Solihin, D., & Widodo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN KC Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(3), 557-566.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mariansyah, S. (2020). *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen (JIBM)*, 3(2).
- Mertha Jaya (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi STIE Nias Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nias Selatan*, 1(2).
- Muhammad In'amul Chulaifi, & Endang Setyowati. (2018). *Jurnal LPPM Utang Surabaya*, 3(1), 40-54.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Robbins, S. P. (2014). *Manajemen (Edisi Kesepuluh)*. Jakarta: Erlangga.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Soegoto, S. (2021). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6).
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 129-141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Solihin, D., Oktavianti, F., & Manik, C. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Lala Studio & Salon Ciseeng Bogor. *Jurnal Arastirma*, 4(2), 567-577.
- Stoner, J. A. F. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus) (Cetakan Ke-3)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Terry, G., & Rue, L. W. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, F. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yamres Awang, L. P., & Maruli, A. (2022). *Wahana Pendidikan*, 8(23).