

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ZUHZ COFFEE BAR KOTA PEKANBARU)

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH:

SUKMA MAHARANI
175210372

Dosen Pembimbing: Yul Efnita, SE., MM.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SUKMA MAHARANI
NPM : 175210372
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS ZUHZ COFFEE BAR KOTA
PEKANBARU)P

Disahkan Oleh:
Pembimbing

Yul Efnita, SE., MM

Diketahui :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

11/9/22 Dekan

(Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)

Ketua Program Studi

(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 276/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 15 Maret 2022, Maka pada Hari Rabu 16 Maret 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2021/2022.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Sukma Maharani |
| 2. N P M | : 175210372 |
| 3. Program Studi | : Manajemen SI |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru). |
| 5. Tanggal ujian | : 16 Maret 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B-) 72,4 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dina Hidavat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis

Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Yul Efnita, SE., MM
2. Devi Kurniawati, SP., MM
3. Syaefulloh, SE., M.Si

(.....)
(.....)
(.....)

Notulen

1. Devi Kurniawati, SP., MM

(.....)

Pekanbaru, 16 Maret 2022

Mengetahui
Dekan,



Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 276 / Kpts/FE-UIR/2022
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi / oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN-PT Depdiknas RI
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

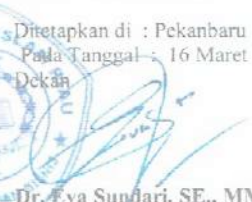
- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

Nama : Sukma Maharani
N.P.M : 175210372
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Pengaruh Kuahtas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Zuhz Coffees Bar Kota Pekanbaru).

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Dituji	Jabatan
1	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Syaefulloh, SE., M.Si	Asisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 16 Maret 2022
Dekan

Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

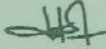
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Sukma Maharani
NPM : 175210372
Jurusan : Manajemen / SI
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru).
Hari/Tanggal : Rabu 16 Maret 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Devi Kurniawati, SP., MM		
2	Syaefulloh, SE., M.Si		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 72,4)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 16 Maret 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpovan Pekanbaru Telp 647647




BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Sukma Maharani
NPM : 175210372
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Rumpun Kota Pekanbaru).
Pembimbing : I. Yul Efnita, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Jum'at 30 Juli 2021

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Yul Efnita, SE., MM	Ketua	1. 
2.	Devi Kurniawati, SP., MM	Anggota	2. 
3.	Syaefulloh, SE., M.Si	Anggota	3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si



Pekanbaru, 30 Juli 2021
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Peruguruan Tinggi ini.

Pekanbaru April 2022

Saya Yang Membuat Pernyataan



(Sukma Maharani)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ZUHZ COFFEE BAR KOTA PEKANBARU)

SUKMA MAHARANI

175210372

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru. Pada penelitian ini penulis menggunakan pengumpulan data dengan metode Kuantitatif. Dalam hal ini usaha peneliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan metode yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara untuk memperoleh informasi dan data yang sesuai. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (x) terhadap variabel terkait (y), dimana menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dengan alat bantuan aplikasi spss versi 16.0. untuk mendapatkan informasi penulis menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu dengan 51 orang/sampel.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY ON ZUHZ COFFEE BAR PEKANBARU CITY)

SUKMA MAHARANI

175210372

This study aims to determine how the influence of service quality on customer satisfaction Zuhz Coffee Bar Pekanbaru City. In this study the authors used data collection with quantitative methods. In this case the researcher's efforts to obtain the required data, the methods used are questionnaires and interviews to obtain appropriate information and data. In this study using the independent variable (x) to related variable (y). which uses a simple linear regression analysis method with the help of the SPSS application version 16.0. to get information the author uses the Accidental Sampling method, with 51 samples.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) diperlukan satu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini penulis membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Kasus Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru)”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Dalam penelitian ini penulis penulis banyak mendapatkan bantuan baik moril maupun materi serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya ayah Mukhlis dan Ibu Nurleni, terimakasih atas doa dan kasih sayang yang tak terhingga, pengorbanan, nasehat, bimbingan, bekal ilmu yang diberikan kepada saya. Dan untuk adik-adik saya Ona, Ola, Zaky, Dinda, yang telah memberikan semangat dan selalu mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Rektor Universitas Islam Riau Prof. H. Syafrinaldi SH.,MCL
3. Ibu Dr. Eva Sundari, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

4. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. Ibuk Yul Efnita, SE., MM selaku dosen pembimbing yang takpernah lelah memberikan nasehat dan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini bisa selesai. Meskipun banyak kekurangan dalam penelitian, penulis tetap mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.
6. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama berada dibangku kuliah serta karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar baik dikampus maupun online.
7. Terimakasih untuk keluarga di Marpoyan yang memberikan tempat tinggal dan mengurus saya selama berada dibangku kuliah.
8. Pihak Zuhz Coffee Bar yang telah berkenan mengizinkan saya untuk menjadikan bisnis usahanya sebagai objek penelitian saya
9. Kepada semua responden yang telah sangat membantu menjadi bagian dalam penelitian saya.
10. Terimakasih untuk teman-teman yang selalu membantu dan mendukung serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada Wirdhatul Jannah, Cindy, Muhammad Aufariq, Andri Setiawan, Febry Zulhairi, Derry Andika, Annur Rizq, Dedet, Ido. Serta teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas dukungannya selama ini semoga

Allah SWT membalas semua amal dan kebaikan kepada semua pihak yang terkait dalam membantu peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan serta keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dimata Allah SWT sehingga tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, November 2021

SUKMA MAHARANI



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Kualitas Jasa	8
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	13
2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	14
2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	15
2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
2.7 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	18

2.8	Indikator Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	20
2.9	Penelitian Terdahulu	20
2.10	Kerangka Pemikiran	23
2.11	Hipotesis	23
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian	24
3.2	Oprasional variabel.....	24
3.3	Populasi dan sampel	26
3.4	Jenis dan sumber data	27
3.5	Teknik pengumpulan data.....	27
3.6	Teknik Pengolahan data.....	28
3.7	Teknik analisis data	29
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1	Profil Zuhz Coffee Bar	32
4.2	Struktur Organisasi Zuhz Coffee Bar	33
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Karakteristik Responden.....	34
5.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan umur	34
5.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
5.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
5.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	36

5.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama	37
5.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan	38
5.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Perbulan	39
5.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
5.2.1	Uji Validitas	40
5.2.2	Uji Reliabilitas	42
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	43
5.3.1	Variabel Kualitas Pelayanan	51
5.3.2	Variabel Kepuasan Pekanggan	89
5.4	Regresi Linear Sederhana	95
5.5	Koefisien Determinasi (R ²)	97
5.6	Uji T	98
5.7	Analisis Korelasi	99
5.9	Pembahasan Penelitian	99

BAB VI PENUTUP DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	83
6.2	Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	85
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar café di JL.Arifin Achmad	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Operasional Variabel	24
Tabel 3.2	Instrumen Skala Ordinal	28
Tabel 3.3	Interpretasi koefisien Korelasi Nilai r	31
Tabel 4.1	Daftar Menu Zuhz Coffe Bar	33
Tabel 5.1	Umur Responden	35
Tabel 5.2	Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama .	38
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan....	39
Tabel 5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan perbulan	40
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas	41
Tabel 5.9	Uji Reliabilitas	42
Tabel 5.10	Menurut penilaian saya karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi	44
Tabel 5.11	Menurut penilaian saya ruangan Zuhz Coffee Bar sangat nyaman.....	44

Tabel 5.12	Sebagai pelanggan saya merasa akses menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah.....	45
Tabel 5.13	Saya merasa para karyawan Zuhz Coffe Bar sangat disiplin.	46
Tabel 5.14	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XA) Bukti Fisik	47
Tabel 5.15	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan.....	49
Tabel 5.16	Standar pelayanan Zuhz Coffee Bar terbilang Baik	49
Tabel 5.17	Menurut penilaian saya karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya...	50
Tabel 5.18	Keahlian pelayanan Zuzh Coffee Bar dalam melayani pelanggan.....	51
Tabel 5.19	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XB) Keandalan pelayanan	52
Tabel 5.20	Menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan.....	54
Tabel 5.21	Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan.....	55
Tabel 5.22	Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya	56
Tabel 5.23	Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik.....	57
Tabel 5.24	Pelayanan yang diberikan Zuhz Coffee Bar tepat waktu.....	58

Tabel 5.25	Menurut penilaian saya karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran.....	59
Tabel 5.26	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XC) Daya Tanggap.....	60
Tabel 5.27	Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan.....	62
Tabel 5.28	Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk.....	62
Tabel 5.29	Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman.....	63
Tabel 5.30	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XD) Jaminan.....	64
Tabel 5.31	Saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar lebih mendahulukan kepentingan pelanggan.....	66
Tabel 5.32	Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah.....	67
Tabel 5.33	Karyawan Zuhz Coffee Bar melayani pelanggan dengan sopan santun.....	68
Tabel 5.34	Karyawan Zuhz Coffee Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membedakan.....	69
Tabel 5.35	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XE) Empati.....	70

Tabel 5.36	Saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffee Bar yang mudah.....	72
Tabel 5.37	Saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat diberikan oleh Zuhz Coffee Bar.....	72
Tabel 5.38	Saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang diberikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar.....	73
Tabel 5.39	Saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang diberikan Zuhz Coffee Bar.....	74
Tabel 5.40	Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (Y) Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 5.41	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	76
Tabel 5.42	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 5.43	Hasil uji T	78
Tabel 5.44	Analisis Korelasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Zuhz Coffee Bar	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	87
Lampiran 2	Hasil Jawaban Responden	91
Lampiran 3	Hasil Output Spss.....	97
Lampiran 4	Dokumentasi Zuhz Coffee Bar.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar yang sama semakin banyak dan beragam, akibatnya terjadilah transparansi pasar sehingga terjadinya persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberi kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan. Salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Hal ini bisa dilihat dengan adanya beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari *product value*, *service value*, *personal value*, *image value*, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari *moneter cost*, *time cost*, *labor cost* dan biaya pikiran.

Dengan adanya pelayanan yang berkualitas dalam suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat memuaskan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang baik tersebut. Jika pelanggan merasa terpuaskan dengan produk atau pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Maka dari itu perusahaan harus mulai memikirkan betapa pentingnya pelayanan yang berkualitas secara lebih matang melalui kualitas

pelayanan, karena saat ini dapat dilihat bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam usaha untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Dalam persaingan global untuk dapat bersaing secara kompetitif demi mendapatkan pangsa pasar yang besar. Semakin besar pangsa pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, maka semakin banyak pula laba yang diperoleh yang akan menjamin keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dalam usaha untuk menguasai pangsa pasar tersebut, para perusahaan melakukan kegiatan operasional berbasis kepada customer oriented dimana faktor kebutuhan pelanggan dianggap memiliki peranan yang sangat penting yang harus dipahami oleh perusahaan peralihan dari mind set product oriented menjadi customer oriented menuntut perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam sehingga produk yang dihasilkan dan ditawarkan merupakan produk yang benar-benar bermanfaat dan sangat dibutuhkan konsumen serta memiliki superior competitive advantage agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Bersama dengan perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku masyarakat, dan aktivitas masyarakat yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan tempat nongkrong atau hangout. Pada era sekarang ini perkembangan zaman tidak dapat dihindarkan, hal ini tentunya mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia khususnya anak muda atau kaum milenial. Perkembangan ini dipengaruhi oleh budaya, kebiasaan dan adanya kelompok acuan bagi anak muda dari luar daerahnya.

Dengan berkembangnya kebutuhan anak muda maka pertumbuhan bisnis juga akan mengikutinya, hal ini berdampak pada semakin banyak dan kreatif dan inovatifnya para pebisnis. Salah satu bisnis usaha yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan cukup pesat dan cepat adalah usaha cafe atau restoran. cafe merupakan fasilitas untuk tempat duduk dan berkumpulnya para kaum milenial. Perkembangan dan persaingan cafe di Indonesia khususnya di Riau mengalami peningkatan akhir-akhir ini, hal ini mengharuskan para pebisnis untuk semakin kreatif dan inovatif dalam mempromosikan keunggulan-keunggulan dari cafenya.

Peningkatan jumlah usaha seperti café dan restoran diberbagai lokasi merupakan akibat dari meningkatnya permintaan pasar. Selama periode ini, café dan restoran saat ini menjadi tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, dan akibatnya, keberadaan café dan restoran menjadi penting. Hal ini sering dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang lebih tinggi dan aktivitas kerja yang padat, dan karena semakin banyak orang yang menghabiskan waktu jauh dari rumah, memaksa orang untuk menemukan hal-hal praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pelaku usaha harus memperhatikan kualitas pelayanannya agar pelanggannya merasa puas. Semakin bertambahnya permintaan pelanggan akan mendorong para pengusaha dibidang café dan kuliner khususnya Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi pelanggan, salah satunya kualitas

pelayanan Zuhz Coffee Bar itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan merasa terpuaskan.

Zuhz Coffee Bar merupakan salah satu café yang terdapat dikota Pekanbaru, Zuhz Coffee Bar yang berlokasi di Jl. Arifin Achmad No.6-7 Pekanbaru, Cafe ini mulai di buka pada penghujung bulan Maret 2021 lalu.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan selain dengan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggannya, Zuhz Coffee Bar memberikan layanan dengan tersedianya fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan seperti: parkir yang luas dan juga tersedia tempat helm bagi pengunjung dengan kendaraan roda dua, terdapat wastafel untuk pengunjung yang diletakkan sebelum pintu masuk, ruangan yang cozy dan instagramable serta tersedia juga smoking area, toilet yang bersih, dan mushollah. Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu menyambut didepan pintu para pelanggan yang datang lalu mengecek suhu, dan mengantarkan pelanggannya ketempat duduk dan langsung memberikan menyanya.

Di Zuhz Coffee Bar selain dine in pelanggan juga dapat melakukan pemesanan melalui gofood dengan selisih harga 4000 sehingga pelanggan yang tidak ingin keluar rumah juga dapat menikmati produk mereka. Hal demikian memberikan indikasi bahwa Zuhz Coffee Bar dibangun dengan sarana yang cukup memadai. Yang mana akan menimbulkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap Zuhz Coffee Bar.

Tabel. 1.1
Daftar Café di Jl. Arifin Achmad

¶ Nama Café

1. VIZ CAFÉ
2. Abege Café and Pool
3. Er Coffee
4. Warkup Pinggiran 45
5. Jeber Café Platinum
6. Radja Koffie
7. Kong Djie Coffee and Resto
8. Leng Coffee
9. CAFEIN
10. Fun House Boardgame Café & Resto
11. Café Indonesia
12. D'STAR COFFEE AND RESTO
13. Serambi kopi
14. Dhapu Ava Koffie Arifin
15. Otter's Koffie Resto & Longue
16. Café Cowboy Pekanbaru

Sumber: <http>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan, maka dari itu penulis menerapkan judul penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS ZUHZ CAFFEE BAR KOTA PEKANBARU

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, masalah dapat dideskripsikan sebagai pertanyaan-pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan kegiatan penelitian. Dari fenomena yang telah dijelaskan dilatar belakang penelitian dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: “Apakah kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Jl. Arifin Achmad 6-7 Kota Pekanbaru”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru

2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat lain yaitu:

a) Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan sebagai tinjauan dari penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah khususnya menyangkut bidang pemasaran.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Zuhz Coffee Bar, berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan yang akan diberikan

c) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bacaan ilmiah dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta referensi dalam penulisan karya ilmiah.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sub bab dan sub-sub bab. Berikut sistematika2penulisan ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang didasarkan oleh masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menjelaskan variable penelitian serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian seperti lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik analisis data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan serta menemukan jawaban dalam masalah-masalah penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dimana akan dijelaskan kesimpulan, keterbatasan, dan saran dalam pembahasan hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kualitas Jasa

Industri jasa memainkan peranan yang sangat penting di dalam perekonomian dunia. Pertumbuhan perkembangan ekonomi menyebabkan persaingan diindustri semakin ketat. Para produsen semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen, keberhasilan perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik sehingga akan menambah nilai perusahaan dimata konsumennya.

Pada era global saat ini sektor jasa memegang peranan krusial pada perekonomian dunia, dikarenakan sejumlah faktor, seperti perubahan teknologi, peningkatan kontribusi sektor jasa pada penciptaan peluang bisnis, dan penciptaan kompleksitas kehidupan. Peningkatan dan perkembangan sektor jasa dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian. Hal ini tercermin dari persaingan yang ketat untuk mendapatkan layanan terbaik diantara banyaknya perusahaan jasa, persaingan yang ketat telah memaksa perusahaan untuk menetapkan prioritas, Prioritas utama bagi perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan yang terbaik.

Baik tidak kualitas jasa sangat tergantung pada kemampuan si penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1998) dalam Rambat L dan A. Hamdani (2006).

Zeithaml dalam Tjiptono (2005) mengatakan bahwa “Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Pendapat

lain yang disampaikan oleh Zeithaml et al., dalam Alma (2009) tentang jasa adalah merupakan suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi yang penggunaannya bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambahan kepada konsumen (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) serta biasanya bersifat tidak berwujud. Dari pengertian ini, jasa bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dilihat atau disentuh, tetapi pengguna jasa tersebut dapat merasakan.

Kotler dalam Tjiptono (2002) menyatakan bahwa jasa memiliki karakteristik yang secara umum dibedakan atau di klasifikasikan dalam 4 karakteristik, yaitu:

a. Tidak Berwujud (intangibility)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang dapat dimiliki. Jasa bersifat intangibility/tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Oleh karena itu, masyarakat tidak dapat menilai kualitas layanan tersebut sebelum mencoba atau mengkonsumsinya sendiri.

b. Tidak dapat dipisahkan (inseparability)

Jasa bersifat inseparability artinya bahwa dalam memasarkan jasa interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa, keduanya mempengaruhi hasil jasa tersebut.

c. Variabilitas (Variability)

Jasa bersifat variabel karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan,

dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. Tidak tahan lama (Perishability)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila jasa tidak digunakan. Maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Lebih lanjut Berry dalam Alma (2009) menjelaskan 3 karakteristik jasa, yaitu:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (More intangible than tangible).
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (Simultaneous production and consumption)
- 3) Kurang memiliki standar dan kesamaan (less standardized and uniform)

Berdasarkan uraian karakteristik jasa yang dijelaskan para ahli dapat diketahui karakteristik utama dari jasa yaitu: jasa bersifat tidak tampak, tidak dapat dipisahkan, tidak tahan lama, dan bersifat variabel.

Dalam rangka menciptakan kepuasan terhadap konsumen, produk atau jasa yang ditawarkan harus berkualitas. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat mendorong penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dalam Tjiptono, 2006)

2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran relatif dari kebaikan suatu produk atau layanan dan terdiri dari kualitas desain kualitas dan kualitas kesesuaian. Pengertian dari kualitas yang paling mendasar adalah bebas dari cacat. Kebanyakan perusahaan yang bertumpu pada pelanggan mendefinisikan kualitas sebagai kepuasan pelangga. Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa kualitas (quality) adalah seperangkat fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit dari konsumen atau pengguna layanan. Selain itu kualitas layanan berfokus pada upaya memenuhi kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan.

Menurut Kotler (Alma 2007) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Lukman (1999) pelayanan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak jelas, namun menyediakan kepuasan konsumen dan atau pemakai industri serta tidak terikat pada penjualan suatu produk atau pelayanan lainnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen.

Tjiptono (2014), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal krusial bagi suatu perusahaan karena dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas dan bahkan loyal kepada perusahaan tersebut. Aryani dan Rosinta (2010) mengatakan keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Kualitas layanan mendorong konsumen untuk terlibat dalam produk dan layanan perusahaan, yang berdampak pada pertumbuhan penjualan perusahaan. Adhiyanto (2010), berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan akan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Saputro, 2010). Chaniotakis dan Lymperopoulus (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja actual. Kualitas pelayanan merupakan segala kegiatan agar sesuai harapan mereka (Purbarani, 2013).

Perkembangan zaman yang semakin canggih akan berdampak pada bisnis khususnya dibidang kuliner, dan membawa prospek yang baik bagi bisnis kuliner di perkotaan khususnya di kota Pekanbaru.

2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara holistik. Tjiptono (2009) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

1. Keandalan (*reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu cinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan balk dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

4. Perhatian (*Emphaty*)

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang balk, perhatian pribadi, dan pemahaman alas kebutuhan individual para pelanggan

yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Meliputi tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan atau sering disebut juga dengan Total Customer Satisfaction menurut Barkelay dan Saylor (1994) merupakan fokus dari proses Customer-Driven Project Management (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas. Kepuasan pelanggan adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan (Ueltschy et al., 7007). Tujuan dari sebuah bisnis yaitu membuat pelanggannya merasa puas, karena mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bertujuan untuk menaikkan pendapatan perusahaan (Gonius, 2013). Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kualitas termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pelanggan, baik internal maupun eksternal, juga termasuk tiap-tiap item dalam produk kualitas, kualitas layanan, performance, availability, durability, aesthetic, reability, maintainability, logistic, supprtability, costomer service, training, delivery, billing, shipping, repairing, marketing, warranty, dan life cycle cost.

Melalui komunikasi, baik antarpelanggan maupun dengan supplier akan menjadikan harapan bagi pelanggan terhadap kualitas produk yang akan dibelinya. Pemahaman terhadap harapanharapan pelanggan oleh supplier merupakan input untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas produk, baik barang maupun jasa. Pelanggan akan membandingkan dengan produk jasa lainnya. Bilamana harapan-harapannya terpenuhi, maka akan menjadikannya pelanggan loyal, puas terhadap produk barang atau jasa yang dibelinya. Sebaliknya, bilamana tidak puas, supplier akan ditinggalkan oleh pelanggan.

Kunci keputusan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk barang dan jasa. Kerangka kepuasan pelanggan tersebut terletak pada kemampuan supplier dalam memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan sehingga penyampaian produk, baik barang maupun jasa oleh sesuai dengan harapan pelanggan. Selain faktor-faktor tersebut di atas, dimensi waktu juga mempengaruhi tanggapan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, baik barang maupun jasa

2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2004) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan dimata pelanggan citranya menjadi positif. Hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (2003) adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa
- 3) Mereferensi kepada oranglain
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (1996) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu

- (1) tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi;
- (2) ada beberapa factor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 - (a) derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan,
 - (b) tingkat ketidakpuasan pelanggan,
 - (c) manfaat yang diperoleh,
 - (d) pengetahuan dan pengalaman,
 - (e) sikap pelanggan terhadap keluhan,
 - (f) tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi,
 - (g) peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir (1998), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:

- (1) tingkah laku yang sopan,
- (2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan,
- (3) waktu penyampaian yang tepat, dan
- (4) keramahtamahan.

Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan di antaranya faktor kesadaran para pejabat atau petugas yang berkecimpung dalam

pelayanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, factor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, factor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, factor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Dari uraian yang telah dipaparkan diatas, maka untuk kepentingan penelitian ini dapat ditetapkan faktor-faktor yang ada relevansinya dengan penelitian ini dan disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, yaitu:

- (1) faktor keandalan (reliability),
- (2) faktor ketanggapan (responsiveness),
- (3) faktor keyakinan (assurance),
- (4) faktor empati (emphaty),
- (5) faktor berwujud (tangible)

2.7 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler, 2009 (Hapsari 2011) ada 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan.

- a. Sistem Keluhan dan Saran Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) menyediakan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, dan keluhan mereka.
- b. Ghost Shopping (Mystery Shopping) metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi produk perusahaan dan pesaing. Kemudian

melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan yang lebih baik.

- c. Lost Customer Analysis perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Perusahaan berusaha untuk mengamati apa yang menyebabkan pelanggan pindah ke produk atau jasa lain.
- d. Survei Kepuasan Pelanggan. Survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, sebagai berikut:
 1. Directly reporyed satisfaction. Melakukan pengukuran secara langsung melalui pertanyaan tentang tingkat kepuasan pelanggan.
 2. Derived dissatisfaction. Pertanyaan yang di ajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
 3. Problem analysis. Pelanggan supaya untuk mengungkapkan masalah yang dihadapi berkaitan dengan produk atau jasa dan memberikan saran-saran perbaikan.
 4. Importance-performance analysis. Respdnen agar menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

2.8 Indikator Mengukur Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Adapun indikator dari kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pelayanan yang baik
2. Menyelesaikan tugas yang dilakukan dengan cepat
3. Petugas yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik
4. Merespon dan menanggapi dengan baik keluhan pasien

2.9 Penelitian Terdahulu

Berikut penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
1.	(Johanes Gerardo Runtunuwu, 2014)	Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan kualitas pelayanan Terhadap Keouasan Pengguna Café Dan Resto Cabana Manado	1. Uji Validitas 2. Uji Reliabilitas 3. Uji Asumsi Klasik 4. Analisis Regresi Linier Berganda. 5. Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R) 6. Pengujian Hipotesis	1 kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado. 2 Kualitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Penggunan Café dan Resto Cabana

No	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
				<p>Manado.</p> <p>3 Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.</p> <p>4 Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.</p>
2	(Ida Ayu Inten Surya Utami 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji Normalitas 2. Uji Multikolinieritas 3. Uji Heteroskedastisitas 4. Analisis Regresi Linier Berganda 5. Uji Statistik F 6. Uji Statistik t. 7. Hasil Uji Man and Whitney. 	<p>Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji F, variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur. Simpulan dari penelitian ini variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan</p>

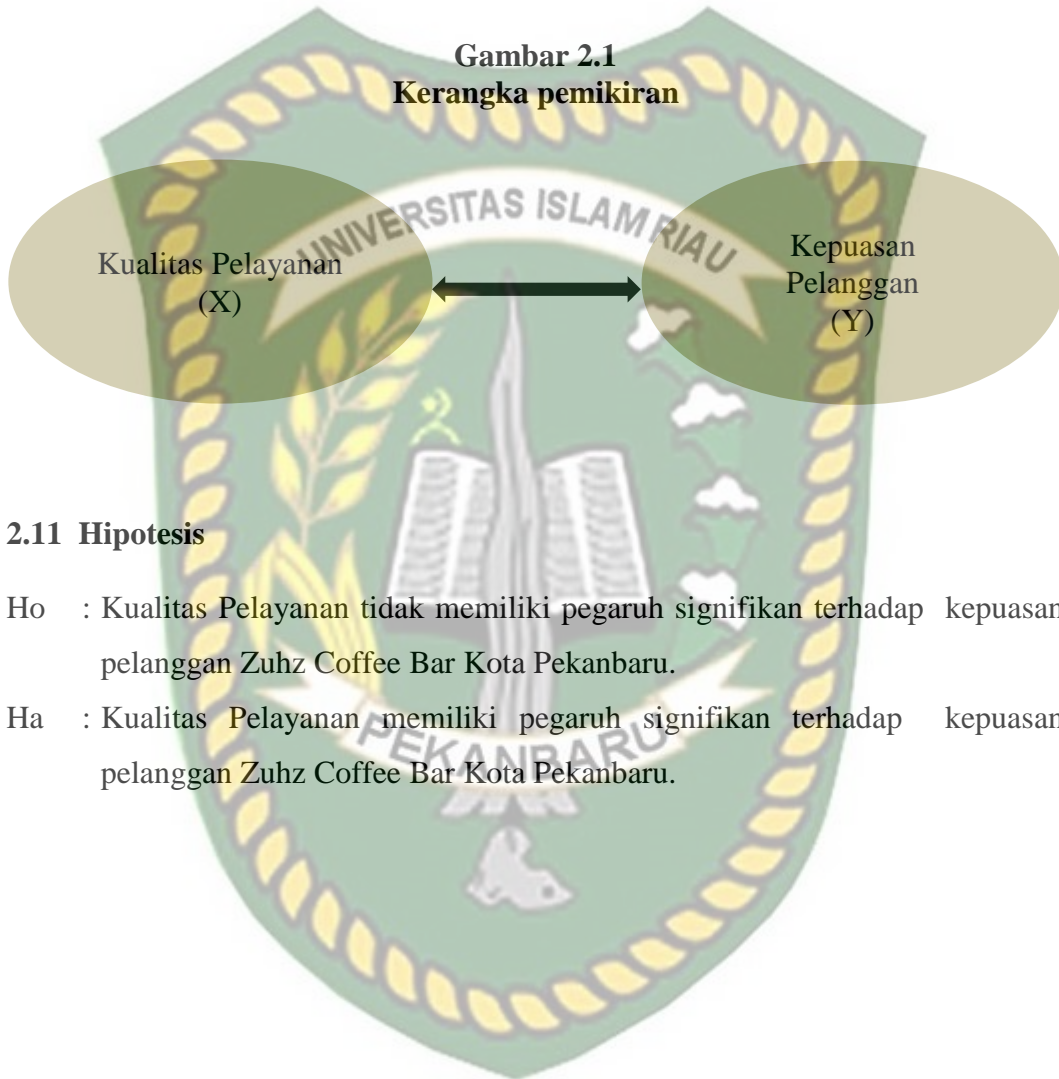
No	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
				pelanggan Restoran Baruna Sanur. Hasil Uju Man and Whitney, terdapat perbedaan antara pelanggan laki-laki dengan pelanggan perempuan terhadap penyampaian kepuasan di Restoran Baruna Sanur.
3	(Resty Avita Haryanto).	Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji Normalitas 2. Uji Multikolinearitas. 3. Uji Heteroskedastisitas. 4. Analisis Regresi Berganda. <p style="text-align: center;">Uji Statistk</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uji R2 Koefiesien Korelasi 2. Uji F 3. Uji t 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas produk secara langsung terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z). 2. kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) 8. kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifika terhadap loyalitas pelanggan (Y) 9. kualitas produk terbukti tidak memiliki pengaruh yang siignifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). 10. kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Sumber: Dirangkum dari beberapa sumber referensi

2.10 Kerangka Pemikiran

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka pemikiran



2.11 Hipotesis

- Ho : Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.
- Ha : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Arifin Achmad 6-7 Kota Pekanbaru. Objek penelitian ini adalah keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional

Definisi Operasional Variabel penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X) Adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. <i>Service Quality</i> dapat diketahui dengan	1 Bukti Fisik (tangible)	a. Penampilan pelayan b. Kenyamanan tempat c. Kemudahan akses d. Kedisiplinan pelayan	Ordinal
	2. Keandalan (realibity)	a. Kecermatan pelayan	

<p>cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi, 2006).</p>	<p>3. Daya Tanggap (responsiveness)</p>	<p>b. Standar pelayanan c. Kemampuan pelayan d. Keahlian pelayan a. Merespon pelanggan b. Kecepatan pelayanan c. Ketepatan pelayanan d. Kecermatan pelayanan e. Ketepatan waktu pelayanan f. Merespon keluhan</p>	
	<p>4. Jaminan (assurance)</p>	<p>a. jaminan tepat waktu b. Jaminan biaya c. Jaminan legalitas d. Jaminan kepastian</p>	
	<p>5. Empati (empathy)</p>	<p>a. Mendahulukan kepentingan pelanggan b. Melayani dengan ramah c. Melayani dengan sopan santun d. Tidak</p>	

		diskriminatif	
Kepuasan Pelanggan (Y) Menurut Kotler kepuasan adalah apa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Atau ketidak puasan adalah kesimpulan dan interaksi dan pengalaman sesudah pemakaian jasa atau pelayanan yang diberikan.	1. Kepuasan terhadap akses layanan	a. Akses yg dekat dengan pemukiman penduduk	Ordinal
	2. Kepuasan terhadap mutu layanan	b. Mutu pelayanan ke pelanggan yang akurat	
	3. Kepuasan terhadap proses layanan	c. Penjelasan dari pelayan yang mendetail	
	4. Kepuasan terhadap sistem layanan	d. Fasilitas yang dikedepankan b. Kelengkapan jumlah menu yang diberikan	

Sumber: (Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi, 2006).

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono: 2016), sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut (Sugiyono: 2013) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil

dan begitupun sebaliknya. jadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 51 orang pelanggan dari Zuzh Coffee Bar Kota Pekanbaru.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebar angket/kuesioner kepada setiap pelanggan Zuzh Coffee Bar yang datang. Menurut (Sugiyono:2016) *Sampel Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Dalam (Riyanto.S, Harmawan.A.A: 2020) Penelitian yang memiliki wilayah populasi yang besar, tentunya akan mempersulit peneliti dalam pengambilan data sehingga diperlukan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat atau *representatif* bagi populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel akan berhubungan dengan penentuan jumlah sampel, dimana penentuan jumlah sampel penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu metode pendekatan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

E = Tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti, tingkat toleransi kesalahan penelitian maksimal adalah 5% (0,05).

Makin besar tingkat kesalahan maka makin kecil jumlah sampel, namun semakin jumlah sampel (semakin mendekati populasi) maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi dan sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel (menjauhi jumlah populasi) maka semakin besar peluang kesalahan generalisasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1), sehingga pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{51}{1 + 51(0,1)}$$
$$n = 33,774$$

Dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 33 responden, namun dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 51 responden.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang mengarah pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan faktor-faktor minat untuk tujuan yang lebih jelas (Uma Sekara, 2011). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuisioner pada sampel yang telah

ditentukan berupa data mentah dengan skala Likert untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dimana data ini yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, literature dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian (Sugiono : 2008). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa jurnal, dokumen dan literature yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan indicator-indikator dari variabel penelitian yang diberikan kepada responden untuk mengukur persepsi, sikap atau perilaku. Pernyataan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Instrumen Skala Ordinal

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Kurang Setuju	2
5	Tidak Setuju	1

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dengan melakukan tanya jawab secara lisan dan tatap muka. Menurut Ridwan (2009:29) wawancara yaitu suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu (Iqbal Hasan, 2002). Tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai berikut (Iqbal Hasan, 2002):

1. Editing

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul itu tidak logis dan meragukan. Tujuan editing adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan dan bersifat koreksi.

2. Coding

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang dianalisis. responden.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan software statistik yaitu SPSS.

3.7 Teknik Analisis data

Metode analisis data merupakan upaya atau cara untuk mengelola data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut dapat dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan. Terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian.

a. Uji Validitas

Validitas untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat yang digunakan (kuesioner). Dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung dari variabel penelitian dengan nilai r tabel dengan kriteria berikut: jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataannya dinyatakan valid. Namun, jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataannya tidak valid.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria berikut : jika r alpha positif atau $>$ dari

r tabel maka pernyataan dinyatakan Reliabel. Namun, jika r alpha negative atau < dari r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak reliable.

c. Teknik Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi sederhana adalah pengembangan dari analisis sederhana. Kegunaannya yaitu meramalkan nilai variable terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua lebih. Uji statistic regresi linier sederhana digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Adapun persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan
- a = Konstanta
- X = Kualitas Layanan
- b = Koefisien Regresi (parsial)
- e = Tingkat Kesadaran (error)

d. Koefisien determinasi (R²). Menurut Sugiyono (2013:207), untuk nilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

e. Uji parsial (Uji-t)

Uji-t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan jika t hitung < t tabel maka Ho diterima.

f. Analisis korelasi

Korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Yang mana hubungan ini dapat dilihat dari interpretasi terhadap nilai r hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil Zuhz Coffee Bar

Zuhz Coffee Bar merupakan salah satu Café yang berada di Kota Pekanbaru tepatnya di Jl. Arifin Achmad No. 6-7, Kec Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau. Café ini terletak dipusat Kota Pekanbaru dekat dengan kampus UIR, Bandara dan fasilitas umum lainnya.

Café ini cukup menarik, luas dan nyaman. Terdiri dari dua lantai dengan luas bangunan lebih kurang 200 meter persegi. Tiap lantai disekat dengan dinding kaca bening tebal untuk memisahkan smoking area. Sehingga walaupun ada partisi, namun tetap terasa nyama. Café ini dibangun dengan mengadopsi konsep interior semi industri, café ini terkesan ramah dan familiar.

Tujuan dibangunnya café ini selain untuk bisnis juga bertujuan untuk membntu orang-orang sekitar, karena dimasa pandemi ini banyak anak muda yang tidak memiliki kegiatanyang produktif dan Zuhz Coffee Bar ingin mengumpulkan mereka yang mempunyai semangat untuk belajar dan maju dalam satu kegiatan yang positif yang menghasilkan. Hal lainnya bisa juga dilihat dari adanya beberapa karyawan Zush Coffee Bar penyandang disabilitas, Tunarungu dalam kategori hard of heraring, atau kurang dengar.

Zuhz Coffee Bar setiap harinya bisa dikunjungi sekitar 50 orang pada hari kerja dan mengalami peningkatan pelanggan pada momen weekend (jumat malam dan sabtu malam), hal ini terjadi karena Zuhz Coffee Bar menyediakan fasilitas *live music* dilantai dua sehingga hal ini mampu menarik pengunjung. Pada masa

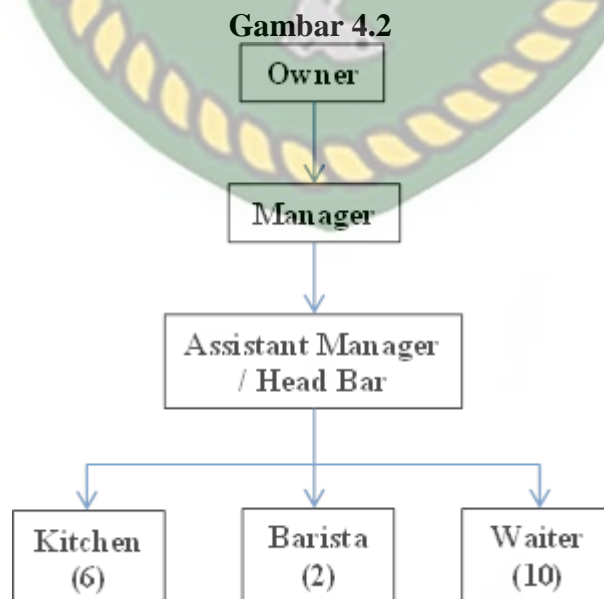
PPKM, kapasitas maksimum pengunjung dibatasi menjadi 25%, sehingga lantai dua tidak difungsikan dan fasilitas *live music* dinon-aktifkan. Apabila kapasitas pengunjung telah maksimal, maka Zuhz Coffee Bar tidak akan segan untuk menolak pengunjung yang baru datang.

Tabel 4.1
Daftar Menu Zuhz Coffee Bar

No	Makanan	Minuman
1.	Nasi Goreng Zuhz	Brown Sugar Coffee
2.	Fetucini Carbonara	Coffee Latte
3.	Mie Goreng	Lemon Tea
4.	Cheese Nachos	Galahad
5.	Zuhz Mee Goreng	Rosemary Blueberry Smash
6.	Nasi Goreng Pattaya	Americano
7.	Chicken Cordon Blue	ZUHZXOLOGY
8.	Rice Bowl Chicken Katsu	Jus Mangga
9.	Potato Wedges	
10.	Japanese Beef Butter	
11.	Chicken Sambal Matah	

Sumber: Karyawan Zuhz Coffee Bar

4.2 Struktur Organisasi Zuhz Coffee Bar



Sumber: Karyawan Zuhz Coffee Bar.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Karakteristik identitas responden adalah profil terhadap obyek yang dapat memberikan hasil penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Zuhz Coffee Bar. Dimana untuk mengetahui hal tersebut, maka responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Zuhz Coffee Bar yang berjumlah 51 responden.

Untuk penentuan sampel ini, responden dikelompokkan menurut deskripsi responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, berkunjung dengan, keperluan, dan frekuensi kunjungan. Oleh karena itu untuk lebih jelasnya dapat disajikan dengan uraian mengenai deskripsi identitas responden sebagai berikut:

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur merupakan salah satu penilaian peneliti kepada responden untuk melihat secara langsung dimulai pada umur berapa pelanggan dari Zuhz Coffee Bar tersebut. Dengan adanya penilaian umur tersebut maka peneliti ingin membandingkan dari segi umur mana yang banyak menjadi pelanggan Zuhz Coffee Bar. Untuk melihat umur responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.1
Umur Responden

Umur Responden	Frekuensi	Persentase(%)
15-17	0	0%
18-21	13	25,5%
Diatas 21 Tahun	38	74,5%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Sesuai dari tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Umur yang berjumlah 51 orang. Responden yang berumur 15-17 tahun 0, responden yang berumur 18-21 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 25,5%, dan responden yang berumur diatas 21 tahun sebanyak 38 orang atau sebesar 74,5%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berusia diatas 21 tahun yang berjumlah 38 orang atau 74,5%.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden merupakan salah satu penilaian dari peneliti kepada responden atau pelanggan Zuhz Coffee Bar. Dengan adanya bentuk penilaian jenis kelamin maka dapat dilihat mayoritas gender apa yang banyak berkunjung ke Zuhz Coffee Bar tersebut. Untuk melihat jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
Laki-laki	36	70%
Perempuan	15	30%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas keseluruhan responden berjumlah 51 responden yang terdiri dari laki-laki dan pempuan. Responden laki-laki berjumlah 36 orang atau 70%, sedangkan untuk responden perempuannya berjumlah 15 orang atau 30%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Zuhz Coffee Bar adalah laki-laki.

5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu hal yang dinilai oleh peneliti terhadap responden untuk meninjau dan memahami bagaimana pendidikan responden tersebut. Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMP/Sederajat	0	0
SMA/Sederajat	14	27,5%
DIII/S1	35	68,5%
S2/S3	2	4%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui responden berdasarkan pendidikan berjumlah 51 orang. Responden dari pendidikan SMP/Sederajat 0, Responden dengan pendidikan SMA/Sederajat berjumlah sebanyak 14 orang atau 27,5%, responden dengan pendidikan DIII/S1 berjumlah sebanyak 35 orang atau 68,5%, dan responden dengan pendidikan S2/S3 berjumlah 2 orang atau 4%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Zuhz Coffee Bar berdasarkan karakteristik responden yaitu dengan pendidikan DIII/S1 yang berjumlah 35 orang atau 68,5%.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu yang dinilai oleh peneliti kepada responden untuk meninjau dan mengetahui pelanggan dengan profesi apa yang banyak menjadi pelanggan dari Zuhz Coffee Bar. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase%
Pelajaran	3	6%
Mahasiswa	24	47,5%
Guru/dosen	2	4%
Wiraswasta	12	23,5%
PNS/ASN	2	4%
Swasta	8	15%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, keseluruhan respondennya berjumlah 51 orang, yang terdiri atas pelajar 3 orang responden atau 6%, mahasiswa 24 orang responden atau 47,5%, guru/dosen 2 orang responden atau 4%, wiraswasta 12 orang responden atau 23,5%, PNS/ASN 2 orang responden atau 4%, Swasta 8 orang atau 15%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjadi pelanggan Zuhz Coffee Bar yaitu Mahasiswa yang berjumlah 24 orang responden atau 47,5%. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa banyak menghabiskan waktu diluar dan suka nongkrong.

5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama

Kunjungan Bersama merupakan salah satu poin yang dinilai oleh peneliti untuk mengetahui dengan siapa saja para pelanggan Zuhz Coffee Bar datang.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama

Berkunjung Dengan	Frekuensi	Persentase(%)
Teman	32	62,7%
Kerabat	2	4%
Pasangan	9	17,6%
Rekan Kerja	7	13,7%
Lainnya	1	2%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jumlah keseluruhan responden yaitu 51 orang responden. Responden yang melakukan kunjungan dengan teman berjumlah 32 orang responden atau 62,7%. Responden yang berkunjung dengan kerabat berjumlah 2 orang responden atau 4%. Responden yang berkunjung dengan pasangan berjumlah 9 orang responden atau 17,6%. Responden yang berkunjung bersama dengan rekan kerjanya berjumlah 7 orang atau 13,7%. Sedangkan untuk option lainnya adalah 1 orang atau 2%.

Jadi dapat disimpulkan untuk Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama, para pelanggan Zuhz Coffee Bar mayoritas berkunjung dengan temannya dengan jumlah responden sebanyak 32 responden atau 67,2%

5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan merupakan salah satu penilaian peneliti terhadap responden untuk melihat secara langsung apa saja tujuan kunjungan dari para pelanggan Zuhz Coffee Bar. Untuk melihat tujuan kunjungan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.6
Tujuan Kunjungan Responden

Tujuan Kunjungan	Frekuensi	Persentase(%)
Keperluan Bisnis	11	21,5%
Aktivitas Kampus	12	23,5%
Nongkrong	27	53%
Perayaan Spesial	1	2%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan berjumlah 51 orang. Responden dengan tujuan kunjungan keperluan bisnis berjumlah 11 responden 21,5%. Responden dengan tujuan kunjungan aktivitas kampus berjumlah 12 responden atau 23,5%. Responden dengan tujuan kunjungan nongkrong berjumlah 27 responden atau 53%. Sedangkan responden yang datang dengan tujuan kunjungan perayaan spesial berjumlah 1 orang atau 2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan dari Zuhz Coffee Bar berkunjung karena ingin nongkrong dapat dilihat pada data diatas poin nongkrong

berjumlah 27 orang atau 53%. Hal ini disebabkan karena caffe menjadi tempat yang pas untuk nongkrong.

5.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Perbulan

Frekuensi Kunjungan merupakan salah satu penilaian peneliti kepada responden untuk melihat secara langsung seberapa sering peanggan dari Zuhz Coffee Bar datang. Untuk melihat frekuensi kunjungan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.7
Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan / Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Sering (diatas 5 kali)	8	15%
Sering (3-5 kali)	15	30%
Jarang (1-2 kali)	28	55%
Jumlah	51	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas diketahui Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan berjumlah 51 orang. Frekuensi kunjungan sangat sering berjumlah 8 orang atau 15%. Responden dengan frekuensi kunjungan sering berjumlah 15 orang atau 30%. Responden dengan frekuensi kunjungan Jarang berjumlah 28 orang atau 55%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa frekuensi kunjungan perbulan responden dalam penelitian ini banyak di poin jarang (1-2 kali) yaitu dengan jumlah 28 orang atau 55%.

5.2 Uji Kualitas Data

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat yang digunakan (kuesioner). Dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung dari variabel penelitian dengan nilai r tabel dengan kriteria berikut: jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataannya dinyatakan valid. Namun, jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataannya tidak valid. Dan dapat diketahui r tabel data ini sebesar 0,276. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
XA1	0,904	0,276	Valid
XA2	0.837	0,276	Valid
XA3	0,897	0,276	Valid
XA4	0,864	0,276	Valid
XB1	0,913	0,276	Valid
XB2	0,899	0,276	Valid

XB3	0,877	0,276	Valid
XB4	0,926	0,276	Valid
XC1	0,870	0,276	Valid
XC2	0,899	0,276	Valid
XC3	0,862	0,276	Valid
XC4	0,872	0,276	Valid
XC5	0,890	0,276	Valid
XC6	0,870	0,276	Valid
XD1	0,952	0,276	Valid
XD2	0,905	0,276	Valid
XD3	0,934	0,276	Valid
XE1	0,916	0,276	Valid
XE2	0,853	0,276	Valid
XE3	0,870	0,276	Valid
XE4	0,802	0,276	Valid
YA1	0,872	0,276	Valid
YA2	0,870	0,276	Valid
YA3	0,919	0,276	Valid
YA4	0,882	0,276	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS Pada 10 Oktober 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa uji validitas dengan menggunakan pearson correlation dan nilai r tabelnya yaitu 0,276 tersebut. Jika nilai pearson correlation atau r hitung lebih besar dari pada r tabel maka uji validitas baik dan dikatakan valid. Secara keseluruhan pernyataan pada variabel X

yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu keputusan pelanggan memiliki nilai uji validitas yang baik dan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dengan menggunakan uji validitas dikatakan valid.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria berikut : jika r alpha positif atau $>$ dari r tabel maka pernyataan dinyatakan Reliabel. Namun, jika r alpha negative atau $<$ dari r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak reliable. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.9
Hasil Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
XA Bukti Fisik	0,939	0,276	Reliabel
XB Keandalan	0,955	0,276	Reliabel
XC Daya Tanggap	0,957	0,276	Reliabel
XD Jaminan	0,961	0,276	Reliabel
XE Empati	0,954	0,276	Reliabel
Y Kepuasan Pelanggan	0,963	0,276	Reliabel

Sumber: Olahan data SPSS pada 10 Oktober 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui tentang uji reliabilitas, berdasarkan uji diatas terlihat nilai uji reliabilitas kualitas pelayanan (XA) Bukti Fisik lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,939 > 0,276$), nilai uji reliabilitas. (XB) Keandalan lebih besar dibandingkan dengan batas nilai

cronbach's alpha (0,955>0,276) nilai uji reliabilitas. (XC) Daya Tanggap lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha (0,957>0,276) nilai uji reliabilitas. (XD) Jaminan lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha (0,961>0,276) nilai uji reliabilitas. (XE) Empati lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha (0,954>0,276) nilai uji reliabilitas. (Y) Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha (0,963>0,276) nilai uji reliabilitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel-variabel tersebut dikatakan reliabel dan layak digunakan.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

5.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X)

a. Variabel X "Bukti Fisik"

1. Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.10
Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	22	110	43,1%
2	Setuju	4	13	52	25,5%
3	Cukup Setuju	3	12	36	23,6%
4	Kurang Setuju	2	4	8	7,8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%

Jumlah	51	206	100%
Rata-rata			4,03%
Klarifikasi Jawaban			Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, yang menjawab setuju 13 orang, yang menjawab cukup setuju 12 orang, yang menjawab kurang setuju 4 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,03% artinya sangat setuju, yaitu tentang Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi.

2. Saya merasa Ruangannya Zuhz Coffee Bar sangat nyaman

Tabel 5.11
Menurut penilaian saya Ruangannya Zuhz Coffee Bar sangat nyaman

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	26	130	51%
2	Setuju	4	17	68	33%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	219	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian saya Ruangan Zuhz Coffee Bar sangat nyaman, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang, yang menjawab setuju 17 orang, yang menjawab cukup setuju 5 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang Ruangan Zuhz Coffee Bar sangat nyaman.

3. **Sebagai pelanggan saya merasa Akses menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah**

Tabel 5.12
Sebagai pelanggan saya merasa Akses menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	29	145	57%
2	Setuju	4	14	56	27%
3	Cukup Setuju	3	4	12	8%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	1	1	2%
Jumlah			51	220	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian sebagai pelanggan saya merasa Akses menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, yang menjawab setuju 14 orang, yang menjawab cukup setuju 4 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju 1 orang. Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang sebagai pelanggan saya merasa akses menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah.

4. Saya merasa para karyawan Zuhz Coffee Bar sangat disiplin

Tabel 5.13
saya merasa para karyawan Zuhz Coffee Bar sangat disiplin

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	5	18	90	36%
2	Setuju	4	15	60	29%
3	Cukup Setuju	3	16	48	31%
4	Kurang Setuju	2	2	4	4%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	202	100%
Rata-rata					3,9%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian sebagai pelanggan saya merasa para karyawan Zuhz Coffee Bar sangat disiplin, responden dengan jawaban sangat setuju berjumlah 18 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 15 orang, responden yang menjawab cukup setuju 16 orang, dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada. Dari tanggapan yang diberikan para responden maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 3,9% artinya sangat setuju, yaitu tentang sebagai pelanggan saya merasa para karyawan Zuhz Coffee Bar sangat disiplin.

Tabel 5.14
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XA) Bukti Fisik

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata-Rata
1	Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar berpenampilan rapi	22	13	12	4	0	51	4,03%
		110	52	36	8	0	206	
		43,1%	25,5%	23,6%	7,8%	0%	100%	
2	Saya merasa Ruangan Zuhz Coffee Bar sangat nyaman	26	17	5	3	0	51	4,3%
		130	68	15	6	0	219	
		51%	33%	10%	6%	0%	100%	
3	Sebagai pelanggan saya merasa Akses	29	14	4	3	1	51	4,3%
		145	56	12	6	1	220	

	menuju Zuhz Coffee Bar sangat mudah	57%	27%	8%	6%	2%	100%		
4	Saya merasa para karyawan	18	15	16	2	0	51	3,9%	
	Zuhz Coffee Bar sangat disiplin	90	60	48	4	0	202		
		36%	29%	31%	4%	0%	100%		
Total Skor		847							
Kriteria		Sangat Setuju							

Sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (X1), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan begitu perhitungan skor paling rendah dan skor paling tinggi adalah sebagai berikut :

- skor terendah : $1 \times 4 \times 51 = 204$
- skor tertinggi : $5 \times 4 \times 51 = 1.020$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{1.020 - 204}{5} = 163,2$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel (X1) dapat diketahui sebagai berikut :

Sangat Setuju : 856,8 – 1.020

Setuju : 693,6 – 856,7

Cukup Setuju : 530,4 – 693,5

Kurang Setuju : 367,2 – 530,3

Tidak Setuju : 204 – 367,1

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (X1) yaitu 847 berada pada rentang **856,8 – 1,020** yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

b. Variabel X “Keandalan Pelayanan”

1. Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.15
Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	24	120	47%
2	Setuju	4	16	64	31%
3	Cukup Setuju	3	8	24	16%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	214	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 16 orang, responden dengan jawaban cukup setuju berjumlah 8 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan para responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang Karyawan Zuhz Coffee Bar cermat dalam melayani pelanggan.

2. Standar pelayanan Zuhz Coffee Bar terbilang baik

Tabel 5.16
Standar pelayanan Zuhz Coffee Bar terbilang baik

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	27	135	53%
2	Setuju	4	13	52	23%
3	Cukup Setuju	3	7	21	14%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	216	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

dari tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut standar pelayanan Zuhz Coffee Bar terbilang baik responden dengan jawaban sangat setuju berjumlah 27 orang, responden dengan jawaban setuju berjumlah 13 orang, responden dengan jawaban cukup setuju

berjumlah 7 orang, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 orang, dan untuk responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diperoleh dari responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang standar pelayanannya baik.

3. Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya

Tabel 5.17
Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	29	145	57%
2	Setuju	4	16	64	31%
3	Cukup Setuju	3	3	9	6%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	224	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 29 orang, responden dengan jawaban setuju berjumlah 16 orang, responden dengan jawaban cukup setuju berjumlah 3 orang, responden

yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.

4. Keahlian Pelayanan Zuhz Coffee Bar dalam melayani pelanggan sangat baik

Tabel 5.18
Keahlian Pelayanan Zuhz Coffee Bar dalam melayani pelanggan sangat baik

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	23	115	45%
2	Setuju	4	17	68	33%
3	Cukup Setuju	3	8	24	16%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	213	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut penilaian saya keahlian Pelayanan Zuhz Coffee Bar dalam melayani pelanggan sangat baik responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang, responden dengan jawaban setuju berjumlah 17 orang,

responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 8 orang, reponden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang, dan untuk responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan para responden maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya sangat setuju, yaitu tentang keahlian Pelayanan Zuhz Coffee Bar dalam melayani pelanggan sangat baik.

Tabel 5.19
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XB) Keandalan Pelayanan

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata-Rata
1	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar sangat cermat dalam melayani pelanggan	24	16	8	3	0	51	4,2%
		120	64	24	6	0	214	
		47%	31%	16%	6%	0%	100%	
2	Standar pelayanan Zuhz Coffee Bar terbilang baik	27	13	7	4	0	51	4,2%
		135	52	21	8	0	216	
		53%	25%	14%	8%	0%	100%	
3	Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya	29	16	3	3	0	51	4,3%
		145	64	9	6	0	224	
		57%	31%	6%	6%	0%	100%	
4	Menurut	23	17	8	3	0	51	4,1%

penilaian saya keahlian	115	68	24	6	0	213	
Pelayanan Zuhz Coffee Bar dalam melayani pelanggan sangat baik.	45%	33%	16%	6%	0%	100%	
Total Skor	867						
Kriteria	Sangat Setuju						

Sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (X2), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan demikian perhitungan skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

$$- \text{ skor terendah} : 1 \times 4 \times 51 = 204$$

$$- \text{ skor tertinggi} : 5 \times 4 \times 51 = 1.020$$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{1.020 - 204}{5} = 163,2$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel (X2) dapat diketahui sebagai berikut :

Sangat Setuju : 856,8 – 1.020

Setuju : 693,6 – 856,7

Cukup Setuju : 530,4 – 693,5

Kurang Setuju : 367,2 – 530,3

Tidak Setuju : 204 – 367,1

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (X2) yaitu 867 berada pada rentang **856,8 – 1,020** yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

c. Variabel X “Daya Tanggap”

1. Karyawan Zuhz Coffeobar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.20
Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	21	105	41%
2	Setuju	4	23	92	45%
3	Cukup Setuju	3	4	12	8%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	215	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 23 orang, respnden

yang menjawab cukup setuju 4 orang, responden yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan untuk responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu merespon dengan baik keinginan pelanggan.

2. Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan

Tabel 5.21
Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	22	110	43%
2	Setuju	4	18	72	35%
3	Cukup Setuju	3	8	24	16%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	212	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan responden dengan jawaban sangat setuju

sebanyak 22 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 18 orang, responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 8 orang, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan.

3. Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya

Tabel 5.22
Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	24	120	47%
2	Setuju	4	18	72	35%
3	Cukup Setuju	3	6	18	12%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	216	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan

pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 18 orang, responden yang menjawab cukup setuju 6 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan responden dengan jawaban tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya.

4. Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik

Tabel 5.23
Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	21	105	41%
2	Setuju	4	20	80	39%
3	Cukup Setuju	3	7	21	14%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	212	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 20 orang, responden yang menjawab cukup setuju 7 orang, responden yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya sangat setuju, yaitu tentang Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik.

5. Pelayanan yang di berikan Zuhz Coffee Bar tepat waktu

Tabel 5.24
Pelayanan yang di berikan Zuhz Coffee Bar tepat waktu

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	19	95	37%
2	Setuju	4	24	96	47%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	212	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Pelayanan yang di berikan Zuhz Coffee Bar tepat waktu

responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang, responden dengan jawaban setuju sebanyak 24 orang, responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 5 orang, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya setuju, yaitu tentang Pelayanan yang di berikan Zuhz Coffee Bar tepat waktu.

6. Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran

Tabel 5.25
Menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	20	100	39%
2	Setuju	4	21	84	41%
3	Cukup Setuju	3	6	18	12%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	210	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang,

responden yang menjawab setuju 21 orang, reaponden yang menjawab cukup setuju 6 orang, responden yang menjawab kurang setuju 4 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut penilaian saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran.

Tabel 5.26
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XC) Daya Tanggap

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata-Rata
1	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan	21	23	4	3	0	51	4,2%
		105	92	12	6	0	215	
		41%	45%	8%	6%	0%	100%	
2	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan	22	18	8	3	0	51	4,1%
		110	72	24	6	0	216	
		43%	35%	16%	6%	0%	100%	
3	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya	24	18	6	3	0	51	4,2%
		120	72	18	6	0	216	
		47%	35%	12%	6%	0%	100%	
4	Menurut saya Karyawan Zuhz	21	20	7	3	0	51	4,1%
		105	80	21	6	0	213	

	Coffee Bar mampu mencermati kebutuhan pelanggan dengan baik	41%	39%	14%	6%	0%	100%	
5	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu siap memberikan pelayanan pada saat pelanggan membutuhkannya	19	24	5	3	0	51	4,1%
		95	96	15	6	0	212	
		37%	47%	10%	6%	0%	100%	
6	Menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu terbuka terhadap kritik dan saran	20	21	6	4	0	51	4,1%
		100	84	18	8	0	210	
		39%	41%	12%	8%	0%	100%	
Total Skor		1.277						
Kriteria		Sangat Setuju						

Sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (X3), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan demikian perhitungan skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

$$\text{- skor terendah} : 1 \times 6 \times 51 = 306$$

$$\text{- skor tertinggi} : 5 \times 6 \times 51 = 1.530$$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{1.530 - 306}{5} = 244,8$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel

(X3) dapat diketahui sebagai berikut :

Sangat Setuju	: 1285,3 – 1.530
Setuju	: 1040,5 – 1285,2
Cukup Setuju	: 795,7 – 1040,4
Kurang Setuju	: 550,9 – 795,6
Tidak Setuju	: 306 – 550,8

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (X3) yaitu 1277 berada pada rentang **1040,5 – 1285,2** yang termasuk dalam kategori setuju.

d. Variabel X “Jaminan”

1. Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut saya Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.27

Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	34	170	66%
2	Setuju	4	8	32	16%
3	Cukup Setuju	3	6	18	12%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	226	100%
Rata-rata					4,4%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 34 orang, responden dengan jawaban setuju berjumlah 8 orang, responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 6 orang, responden yang menjawab kurang setuju 3 orang, dan responden yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,4% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan.

2. Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk

Tabel 5.28
Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	25	125	49%
2	Setuju	4	18	72	35%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	218	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang, yang menjawab setuju 18 orang, yang menjawab cukup setuju 5 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk.

3. Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman

Tabel 5.29
Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	28	140	55%
2	Setuju	4	13	52	25%
3	Cukup Setuju	3	7	21	14%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	219	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang, yang menjawab setuju 13 orang, yang menjawab cukup setuju 7 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman.

Tabel 5.30
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XD)
Jaminan

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata - Rata
1	Zuhz Coffee Bar memiliki para pelayan yang ramah dan sopan	34	8	6	3	0	51	4,4%
		170	32	18	6	0	226	
		66%	16%	12%	6%	0%	100%	
2	Karyawan Zuhz Coffee Bar mampu memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk	25	18	5	3	0	51	4,2%
		125	72	15	6	0	216	
		49%	35%	10%	6%	0%	100%	
3	Zuhz Coffee Bar selalu menjaga kebersihan dan	28	13	7	3	0	51	4,2%
		140	52	21	6	0	224	
		55%	25%	14%	6%	0%	100%	

kesegaran makanan dan minuman							
Total Skor	666						
Kriteria	Sangat Setuju						

Sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (X4), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan demikian perhitungan skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

- skor terendah : $1 \times 3 \times 51 = 153$
- skor tertinggi : $5 \times 3 \times 51 = 765$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{765 - 153}{5} = 122,4$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel (X4) dapat diketahui sebagai berikut :

- Sangat Setuju : 642,7 – 765**
- Setuju : 520,4 – 642,6
- Cukup Setuju : 398 – 520,2
- Kurang Setuju : 275,5 – 397,9
- Tidak Setuju : 153 – 275,4

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (X4) yaitu 666 berada pada rentang **642,7 – 765** yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

e. Variabel X “Empati”

1. Saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar lebih mendahulukan kepentingan pelanggan

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut saya saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar lebih mendahulukan kepentingan pelanggan, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.31
Saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar lebih mendahulukan kepentingan pelanggan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	22	110	43%
2	Setuju	4	20	80	39%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	213	100%
Rata-rata					4,1%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar Lebih mendahulukan kepentingan pelanggan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, yang menjawab setuju 20 orang, yang menjawab cukup setuju 5 orang, yang menjawab kurang setuju 4 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,1% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya merasa Karyawan Zuhz Coffee Bar Lebih mendahulukan kepentingan pelanggan.

2. Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah

Tabel 5.32
Karyawan Zuhz Coffee Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	29	145	57%
2	Setuju	4	14	56	27%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	222	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, yang menjawab setuju 14 orang, yang menjawab cukup setuju 5 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah.

3. Karyawan Zuhz Coffee Bar melayani pelanggan dengan sopan santun

Tabel 5.33
Karyawan Zuhz Coffee Bar melayani pelanggan dengan sopan santun

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	32	160	63%
2	Setuju	4	10	40	19%
3	Cukup Setuju	3	6	18	12%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	224	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya karyawan Zuhz Coffee Bar melayani pelanggan dengan sopan santun responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang, yang menjawab setuju 10 orang, yang menjawab cukup setuju 6 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya

sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Karyawan Zuhz Coffee Bar melayani pelanggan dengan sopan santun.

4. Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan

Tabel 5.34
Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	30	150	59%
2	Setuju	4	13	52	25%
3	Cukup Setuju	3	3	9	6%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	1	1	2%
Jumlah			51	220	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang, yang menjawab setuju 13 orang, yang menjawab cukup setuju 3 orang, yang menjawab kurang setuju 4 orang, yang menjawab tidak setuju 1 orang.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya

sangat setuju, yaitu tentang menurut saya Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan.

Tabel 5.35
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (XE) Empati

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata-Rata
1	Saya merasa Karyawan Zuhz Coffe Bar lebih mendahulukan kepentingan pelanggan	22	20	5	4	0	51	4,1%
		110	80	15	8	0	213	
		43%	39%	10%	8%	0%	100%	
2	Karyawan Zuhz Coffe Bar selalu melayani pelanggan dengan ramah	29	14	5	3	0	51	4,3%
		145	56	15	6	0	222	
		57%	27%	10%	6%	0%	100%	
3	Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani pelanggan dengan sopan santun	32	10	6	3	0	51	4,3%
		160	40	18	6	0	224	
		63%	19%	12%	6%	0%	100%	
4	Karyawan Zuhz Coffe Bar melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan	30	13	3	4	1	51	4,3%
		150	52	9	8	1	220	
		59%	25%	6%	8%	2%	100%	
Total Skor		879						

Kriteria	Sangat Setuju
-----------------	----------------------

sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (X5), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan demikian perhitungan skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

- skor terendah : $1 \times 4 \times 51 = 204$
- skor tertinggi : $5 \times 4 \times 51 = 1.020$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{1.020 - 204}{5} = 163,2$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel (X5) dapat diketahui sebagai berikut :

Sangat Setuju : 856,8 – 1.020

Setuju : 693,6 – 856,7

Cukup Setuju : 530,4 – 693,5

Kurang Setuju : 367,2 – 530,3

Tidak Setuju : 204 – 367,1

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (X5) yaitu 879 berada pada rentang 856,8 – 1,020 yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

5.3.2 Variabel Y “Kepuasan Pelanggan”

1. Saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah

Untuk dapat mengetahui hasil dari tanggapan responden tentang pernyataan menurut saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.36
Saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	33	165	65%
2	Setuju	4	9	36	17%
3	Cukup Setuju	3	5	15	10%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	224	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang, yang menjawab setuju 9 orang, yang menjawab cukup setuju 5 orang, yang menjawab kurang setuju 4 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang menurut saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah.

2. Saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat di berikan oleh Zuhz Coffee Bar

Tabel 5.37
Saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat di berikan oleh Zuhz Coffee Bar

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	31	155	61%
2	Setuju	4	12	48	23%
3	Cukup Setuju	3	4	12	8%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	1	1	2%
Jumlah			51	222	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat di berikan oleh Zuhz Coffee Bar responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang, yang menjawab setuju 12 orang, yang menjawab cukup setuju 4 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju 1 orang.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat di berikan oleh Zuhz Coffee Bar.

3. Saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang di berikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar

Tabel 5.38
Saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang di berikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	28	140	55%
2	Setuju	4	15	60	29%
3	Cukup Setuju	3	4	12	8%
4	Kurang Setuju	2	4	8	8%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	220	100%
Rata-rata					4,3%
Klarifikasi Jawaban					Sangat Setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang di berikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang, yang menjawab setuju 15 orang, yang menjawab cukup setuju 4 orang, yang menjawab kurang setuju 4 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,3% artinya sangat setuju, yaitu tentang saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang di berikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar.

4. Saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang di berikan Zuhz Coffee Bar

Tabel 5.39
Saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang di berikan Zuhz Coffee Bar

No.	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persentasi
1	Sangat Setuju	5	26	130	51%
2	Setuju	4	16	64	31%
3	Cukup Setuju	3	6	18	12%
4	Kurang Setuju	2	3	6	6%
5	Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah			51	218	100%
Rata-rata					4,2%
Klarifikasi Jawaban					Sangat setuju

Sumber: Data Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk pernyataan menurut saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang di berikan Zuhz Coffee Bar responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang, yang menjawab setuju 16 orang, yang menjawab cukup setuju 6 orang, yang menjawab kurang setuju 3 orang, yang menjawab tidak setuju tidak ada.

Dari tanggapan yang diberikan oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4,2% artinya sangat setuju, yaitu tentang saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang di berikan Zuhz Coffee Bar.

Tabel 5.40
Tabel Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai (Y) Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Rata-Rata
1	saya merasa puas karena akses menuju Zuhz Coffe Bar yang mudah	33	9	5	4	0	51	4,3%
		165	36	15	8	0	224	
		65%	17%	10%	8%	0%	100%	
2	saya merasa puas terhadap mutu layanan yang akurat di berikan oleh Zuhz Coffee Bar	31	12	4	3	0	51	4,3%
		155	48	12	6	0	222	
		61%	23%	8%	6%	0%	100%	
3	saya merasa puas atas penjelasan yang mendetail yang di berikan oleh karyawan Zuhz Coffee Bar	28	15	4	4	0	51	4,3%
		140	60	12	8	0	220	
		55%	29%	8%	8%	0%	100%	
4	saya merasa puas terhadap fasilitas dan kelengkapan menu yang di berikan Zuhz Coffee Bar	26	16	6	3	0	51	4,2%
		130	64	18	6	0	218	
		51%	31%	12%	6%	0%	100%	
Total Skor		884						
Kriteria		Sangat Setuju						

sumber: data hasil penelitian tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang. Pada setiap item rekapitulasi responden tentang variabel (Y), nilai jawaban terkecil 1 dan yang terbesar 5. Item yang terdapat dalam kuesioner adalah 4 item, dengan demikian perhitungan skor terendah dan skor tertinggi adalah sebagai berikut :

- skor terendah : $1 \times 4 \times 51 = 204$
- skor tertinggi : $5 \times 4 \times 51 = 1.020$

Jadi rentang skala untuk setiap kriteria adalah :

$$\frac{\text{Skor Max} - \text{Skor Min}}{\text{Skor}} = \frac{1.020 - 204}{5} = 163,2$$

Untuk mengetahui tingkat kategori rekapitulasi responden tentang variabel (Y) dapat diketahui sebagai berikut :

- Sangat Setuju : 856,8 – 1.020**
- Setuju : 693,6 – 856,7
- Cukup Setuju : 530,4 – 693,5
- Kurang Setuju : 367,2 – 530,3
- Tidak Setuju : 204 – 367,1

Dari uraian di atas, hasil skor total untuk variabel (Y) yaitu 884 berada pada rentang 856,8 – 1,020 yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

5.4 Regresi Linear Sederhana

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5.41

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.238	.384		.621	.538		
	XA	.555	.270	.522	2.057	.045	.093	10.750
	XB	-.435	.271	-.407	-1.604	.116	.093	10.750
	XC	.269	.261	.234	1.029	.309	.116	8.614
	XD	.465	.196	.445	2.378	.022	.171	5.851
	XE	.081	.148	.087	.545	.589	.237	4.226
a. Dependent Variable: YA								

$$Y = 0,238 + 0,555XA - 0,435XB + 0,269XC + 0,465XD + 0,081XE + e$$

Berdasarkan koefisien regresi dari masing-masing variabel, model regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Koefisien Bukti Fisik (XA) sebesar 0,555 menyatakan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan bukti fisik sebanyak 1, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,555.
- Koefisien Keandalan (XB) sebesar -0,435 menyatakan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan keandalan sebanyak 1, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,435.
- Koefisien Daya Tanggap (XC) sebesar 0,269 menyatakan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan daya tanggap sebanyak 1, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,269.

- Koefisien Jaminan (XD) sebesar 0,465 menyatakan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan jaminan sebanyak 1, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,465.
- Koefisien Empati (XE) sebesar 0,081 menyatakan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan empati sebanyak 1, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,081.

5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.42
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.730	.700	.48215

a. Predictors: (Constant), XE, XC, XD, XA, XB

Sumber : olahan data SPSS pada tanggal 10 Oktober 2021

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai R^2 sebesar **0.730**, nilai ini dapat diartikan bahwa **73%** faktor kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya ($100\% - 73\% = 27\%$) dipengaruhi oleh faktor lain.

5.6 Uji T

Uji-t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.219	1.295		1.714	.093
	Total X	.910	.076	.862	11.898	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Ketentuan:

H_0 : Kualitas Pelayanan tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

H_a : Kualitas Pelayanan memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

t tabel $= n - 2 = 51 - 2 = 49$ maka t tabel nya adalah 2,009

Keputusan:

- Untuk Kualitas Pelayanan diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel (11.898 $>$ 2,009) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

5.7 Analisis Korelasi

Tabel 5.44

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854^a	.730	.700	.48215

a. Predictors: (Constant), XE, XC, XD, XA, XB

Sumber : olahan data SPSS pada tanggal 10 Oktober 2021

Dapat dilihat pada tabel diatas nilai korelasi sebesar 0,854 yang signifikan pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang **sangat kuat** dan signifikan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dengan kepuasan pelanggan di Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

5.9 Pembahasan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hasil kategori mengenai variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar berada dikategori setuju. Tetapi dari sekian banyak pelanggan Zuhz Coffee Bar masih ada pelanggan yang menjawab kurang setuju. Oleh karena itu penting bagi pihak Zuhz Coffee Bar meningkatkan kualitas pelayanannya agar para pelanggannya merasa puas kedepannya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu yang dilakukan Ida Ayu Inten Surya Utami yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Bauran Sanur membedakan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu berdasarkan hasil analisis regresi linier regresi berganda dan uji F, variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Bauran Sanur. Kesimpulannya variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Bauran Sanur. Sedangkan pada penelitian saat ini variabel Bukti Fisik dan variabel Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Keandalan, Daya Tanggap, Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) nilai R^2 sebesar **0.730**, nilai ini dapat diartikan bahwa **73%** faktor kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya ($100\% - 73\% = 27\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Maka kualitas pelayanan Zuhz Coffee Bar berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar.

Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu adalah variabel daya tanggap memiliki nilai paling rendah dari kelima dimensi kualitas layanan, maka dari itu peneliti menyarankan pihak Restoran Bauran Sanur sebaiknya harus selalu

memperhatikan hal-hal apa saja yang menyebabkan pelanggan mengeluh terutama pada daya tanggap agar harapan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi. Dari penelitian terdahulu ditemukan bahwa pelanggan laki-laki lebih cenderung mengeluh dibandingkan dengan perempuan, untuk itu pihak Restoran Bauran sanur agar melakukan perbaikan terhadap pelayanan sehingga keluhan-keluhan yang disampaikan dapat cepat diatasi.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian diatas yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap keepuasan pelanggan (Y) pada Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru.
- b. Dari hipotesis penelitian ini, maka pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Zuhz Coffee Bar Kota Pekanbaru menyatakan setuju.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk Zuhz Coffee Bar agar selalu memperhatikan lima dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Zuhz Coffee Bar hendaknya memperhatikan kebersihan toilet, karyawan harus cepat dalam melayani pelanggan, sebaiknya karyawan harus tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan, keramahan pelanggan yang berkunjung juga harus diperhatikan, serta kesabaran karyawan dalam menghadapi setiap permintaan dari para pelanggan.

Dari hasil penelitian variabel bukti fisik memiliki nilai paling rendah dari kelima dimensi kualitas pelayanan, pihak Zuhz Coffee Bar sebaiknya harus selalu memperhatikan hal-hal apa saja yang menyebabkan pelanggan mengeluh terutama pada variabel bukti fisik agar harapan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyanto, Mochlas. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang. Skripsi. Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. h: 1-69.
- Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. Pengantar manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Aryani, D dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan.
- Barkley, Bruce T and James H Saylor. 1994. Customer Driven Project Management, A New Paradigm in Total Quality Implementation Singapore.
- Juran J.M. dan Griya, F.M. 1993. Quality Planning and Analysis. 3 ED. Singapore: Mic-Graw Hill.Inc.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Alih bahasa: Hendra Teguh, Rony Antonius Rusli. Jilid I. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Lupiyoadi, rambat. 2013. Manajemen pemasarab jasa. Jakarta: Salemba Empat. pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Jurnal ilmu administrasi dan organisasi. Vol. 3 No. 3.
- Purbarani, V. Hanesty. 2013. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian “Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang”. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Saputro, Ropinov. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. (Studi Pada PT. Nusantara Sakti Demak). Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponogo.
- Soehartono, Irawan. 2002. Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial lainnya. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptobo., Fandi dan Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: CV Andi

Tjiptono Fandy. 1996. Manajemen Jasa. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy, 2006. Manajemen jasa. Edisi keempat. Yogyakarta: Andi

Ueltschy, Linda C., Michael Laroche, Axel Eggert, and Uta Bindl. 2007. Service Quality and Satisfaction: An International Comparison of Professional Service Perceptions. *The Journal Of Service Marketing*, 21(6), pp: 410-423.

Utami, Whidya. 2011. Manajemen pemasaran jasa. Malang: Bayumedia Publishing

Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar 12(1), 9-28.

Zeithaml, Valeri A, 2003, Service Marketing, International Edition, McGraw Hill company, New York

