

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung

Muhammad Cahya Hadi Sudrajad

Universitas Bhineka PGRI Tulungagung, Tulungagung

Korespondensi penulis: kenter45cahya@gmail.com

Imam Sukwatus Suja'i

Universitas Bhineka PGRI Tulungagung, Tulungagung

Alamat: Jl. Mayor Sujadi No.7, Manggisan, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur

Abstract. *In the current era, economic factors have become essential in meeting human needs. Therefore, people meet their economic needs by engaging in business activities. One of the famous businesses in Tulungagung Regency is the coffee shop business. Coffee shops in Tulungagung Regency are abundant and even well-known beyond the regency itself. This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction, the influence of facilities on customer satisfaction, and to understand the influence of service quality and facilities on customer satisfaction at Warkop Sawah Kopi in Tanjungsari Village, Boyolangu, Tulungagung. This research is a quantitative correlational study with a non-experimental approach. The study consists of two independent variables, namely service quality and facilities, and one dependent variable, customer satisfaction. The results of the partial hypothesis test (t-test) show that the significance value is, while facilities have a significant t-value. The results of the F-test show a significant F-value. It can be concluded that service quality has a positive and significant partial effect on customer satisfaction, facilities have a positive and significant partial effect on customer satisfaction, and both service quality and facilities have a simultaneous positive effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Quality, Service, Facilities, Customer Satisfaction*

Abstrak. Pada era saat ini, faktor ekonomi menjadi penunjang untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia. Maka dari itu, manusia mencukupi kebutuhan perekonomiannya dengan melakukan ekonomi usaha. Salah satu yang terkenal di kabupaten Tulungagung sendiri ialah usaha dalam ruang lingkup usaha warung kopi. Usaha warung kopi di kabupaten Tulungagung sangatlah banyak bahkan terkenal juga di luar kabupaten Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif korelasi dengan pendekatan non-eksperimen. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen yakni Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dan 1 variabel dependen yakni Kepuasan Pelanggan. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi, sedangkan

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 30, 2023; Accepted Juli 12, 2023

* Muhammad Cahya Hadi Sudrajad, kenter45cahya@gmail.com

fasilitas memiliki nilai t signifikan. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, secara fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Pada era saat ini, faktor ekonomi menjadi penunjang untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia. Dikarenakan faktor ekonomi akan membuat seseorang berusaha untuk mencapai sesuatu tujuan. Tujuan tersebut untuk menghasilkan penghasilan dan penghasilan tersebut untuk memenuhi kebutuhan. Warung kopi/warkop sering dikunjungi oleh kalangan muda sampai kalangan tua.

Salah satunya yaitu warkop sawah kopi yang merupakan warkop terbesar di desa Tanjungsari. Warung kopi sawah kopi memiliki beberapa gazebo yang bisa menjadi tempat untuk ngobrol santai maupun diskusi dalam perihal apapun. Warung kopi sawah kopi juga pernah menjadi tempat nobar sepak bola dan mengadakan live akustik. Untuk harga minuman yang disediakan juga termasuk pas di kantong, tidak memberatkan juga bagi pelanggan bila mana ingin datang berkunjung ke warung kopi sawah kopi sendiri.

Untuk usaha yang ditekuni dapat bertahan dan memperoleh laba. Warkop sawah kopi harus menunjukkan kualitas pelayanan yang paling penting dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Selain kualitas pelayanan yang baik harus didampingi dengan fasilitas yang baik, sehingga pelanggan yang berkunjung merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik.

Dengan demikian akan timbul persaingan yang semakin ketat, baik dalam kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, misalnya dengan bersikap sopan dan baik kepada pelanggan. Selain itu juga memberikan fasilitas yang berupa tempat yang nyaman dan koneksi internet yang cepat dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan. Hal utama yang harus di prioritaskan oleh wirausahawan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan. Wirausahawan harus mengetahui hal apa yang dianggap penting oleh para pelanggan dan untuk menjaga kinerja tetap baik yang dapat memuaskan pelanggan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dapat membuktikan kepuasan pelanggan (Ibrahim & Thawil, 2019). Menurut Amelia & Safitri, (2021) menunjukkan bahwa fasilitas juga dapat menunjukkan kepuasan. Selanjutnya Syahsudarmi, (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas membuktikan bahwa berpengaruh pada kepuasan. Selanjutnya hasil penelitian

Berdasarkan dari permasalahan diatas peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut: apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller, (2009) Kepuasan adalah ungkapan kegembiraan atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang diyakininya. Menurut Tjiptono (2008) Kepuasan pelanggan adalah reaksi sentimental terhadap pengalaman yang terkait dengan produk atau layanan yang dibeli. Berdasarkan hal tersebut kepuasan pelanggan merupakan ungkapan kegembiraan dan rasa puas terkait produk atau layanan yang dibeli.

Ada beberapa pendorong kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terjadi diantaranya yaitu: nilai produk dan jasa yang digunakan dan emosi atau perasaan untuk menjaga agar emosi atau perasaan agar tetap stabil.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Indrasari, (2019) sebagai berikut:

a. **Kualitas produk**

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas yang baik

b. **Harga**

Harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi harga murah menjadi jaminan produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

c. **Kualitas pelayanan**

Pelanggan akan merasa senang apabila kualitas pelayanan sesuai yang diharapkan

d. Emosional

Pelanggan akan yakin dan bangga dan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tinggi.

e. Biaya atau kemudahan dalam mendapatkan jasa

Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk dapat memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan menurut Tjiptono, (2014) kepuasan pelanggan dibagi menjadi 2 indikator, antara lain:

a. Bersedia untuk memberikan rekomendasi

b. penggunaan berkelanjutan

Kualitas Pelayanan

Tjiptono Fandy, & Chandra, (2011) menyatakan kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Christina (2011) menyatakan definisi kualitas pelayanan adalah refleksi persepsi evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Dari beberapa teori tersebut bawa kualitas pelayanan suatu upaya membantu menyediakan keinginan yang dibutuhkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Imanuel, (2019) menyatakan terdapat enam prinsip yang harus diterapkan yaitu: kepemimpinan, Pendidikan, perencanaan strategik, review, komunikasi, reward.

a. Kepemimpinan

harus bisa mengayomi dan mengarahkan organisasinya dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Pendidikan

Semua jajaran pegawai baik dari manager dan pegawai operasional wajib mendapatkan Pendidikan kualitas pelayanan.

c. Perencanaan strategik

Perusahaan harus mengukur dan mengetahui tujuan kualitas pelayanan yang digunakan agar, dapat mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuan usaha.

d. Review

Review merupakan cara yang efektif untuk mengubah perilaku organisasi. Dengan adanya proses tersebut dapat menjamin adanya perhatian terhadap upaya pembentukan kualitas layanan.

e. Komunikasi

Komunikasi yang baik dalam organisasi dapat mengimplementasikan strategi kualitas layanan, baik itu bagi pegawai, pelanggan dan bagi yang lainnya.

f. Reward

Setiap pegawai yang berprestasi harus diberikan penghargaan (reward) dengan cara ini akan memotivasi pegawai untuk meningkatkan produktifitasnya.

Syahsudarmi, (2018) menyatakan ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yaitu;

a. *Tangibles* (bukti langsung)

Yaitu kemampuan suatu tempat usaha untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak eksternal.

b. *Reability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan setiap pelayan dalam memberikan suatu produk dengan apa yang di inginkan setiap pelanggan.

c. *Responsivines* (daya tanggap)

Kemampuan suatu tempat usaha untuk memberikan suatu pelayanan yang cepat (responsif) dan relevan dengan informasi yang jelas.

d. *Assurance* (jaminan)

pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan tempat usaha untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan tempat usaha

e. *Empaty* (empati)

Untuk memberikan pelanggan dengan perhatian yang tulus dan individual atau pribadi, berusaha memahami keinginan pelanggan.

Fasilitas

Hariaji & Iriyanto, (2019) menyatakan fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan operasional pelanggan. Yazid (2005) menyatakan fasilitas adalah bagian dari bukti fisik jasa. Tjiptono, (2014) menyatakan indikator fasilitas ada enam yaitu:

1. Pertimbangan atau Perencanaan Spasial

Mencakup keseimbangan, kenyamanan yang dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual dan emosional dari pengguna atau pelanggan.

2. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup arsitektur dan interior, seperti menempatkan perabot dan perlengkapan dalam tempat usaha.

3. Perlengkapan atau perabotan

Unsur ini mencakup perlengkapan dan perabotan yang digunakan untuk memudahkan bagi penggunanya.

4. Tata cahaya dan warna

Unsur ini mencakup jenis pewarnaan dan tata cahaya ruang yang sesuai dengan tempat usaha.

5. Pesan pesan yang disampaikan secara grafis

Unsur ini mencakup gambar atau tulisan yang memberikan pesan pesan bagi pelanggan yang melihatnya.

6. Unsur pendukung

Unsur pendukung lainnya merupakan sarana yang bersifat sebagai perlengkapan utama seperti wifi, lokasi makan dan lainnya.

Fadhillah & Haryanti, (2021) menyatakan indikator fasilitas yaitu: perencanaan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna, pesan pesan yang disampaikan, unsur pendukung. Tjiptono, (2014) menyatakan ada beberapa indikator dalam mengukur fasilitas adalah: perencanaan ruang, perencanaan spasial, perlengkapan, tata cahaya dan warna.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sugiyono, (2011) menyatakan metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang didasarkan filsafat positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. dengan pendekatan non-eksperimen.

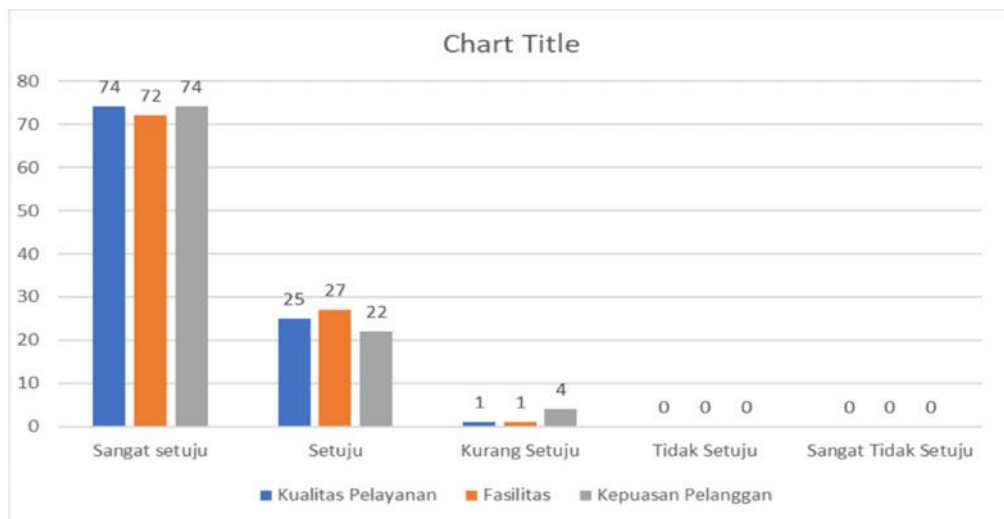
Penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel independen yakni Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2), dan 1 (satu) variabel dependen yakni Kepuasan Pelanggan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan, sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Sampel diambil dengan menggunakan teknik sampling *Probability Sampling* dengan jenis *Simple Random Sampling*. Objek dalam penelitian ini Warkop sawah kopi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang digunakan untuk mencari data Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik analisis data yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis, uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penyajian Data Hasil Penelitian



Sumber data: Data olahan peneliti tahun 2023

Dari gambar diagram diatas menunjukkan bahwa:

Variabel Kualitas Pelayanan kategori terbanyak yaitu pada klasifikasi sangat setuju sebanyak 74, setuju 25, kurang setuju 1 tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0.

Variabel fasilitas kategori terbanyak pada klasifikasi sangat setuju sebesar 72, setuju 27, kurang setuju 1, tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.

Variabel kepuasan pelanggan kategori terbanyak pada klasifikasi sangat setuju sebesar 74, setuju 22, kurang setuju 4, tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		KUALITAS PELAYANAN	FASILITAS	KEPUASAN PELANGGAN	N
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	87,9600	86,2900	87,6400	
	Std. Deviation	7,11226	6,77234	8,49066	
Most Extreme Differences	Absolute	,133	,088	,134	
	Positive	,059	,043	,077	
	Negative	-,133	-,088	-,134	
Kolmogorov-Smirnov Z		1,329	,876	1,336	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059	,426	,056	
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Sumber data: Data olahan peneliti tahun 2023

Dalam penelitian ini, nilai *Komogorov-Smirnov* sebesar 1.336 dan nilai *Asym.Sig* (2-tailed) X_1 sebesar 0,059, X_2 sebesar 0,426, Y sebesar 0,056.

b. Multikolinieritas

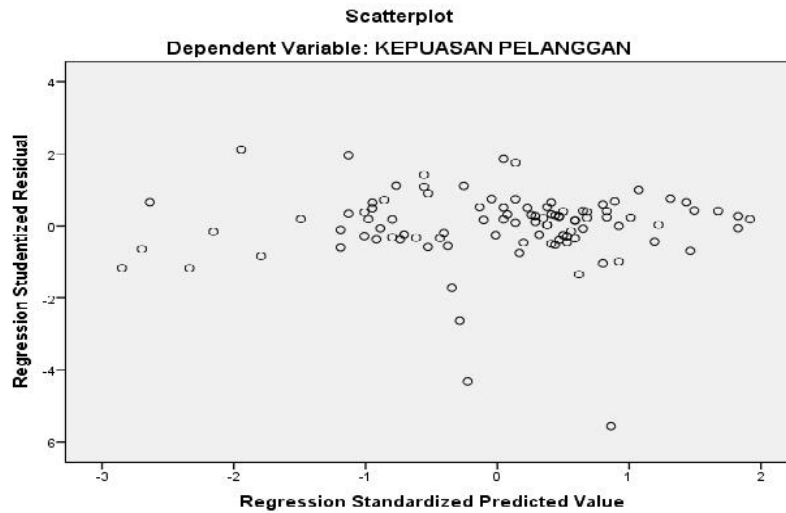
Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	10,220	8,267		1,236	,219			
KUALITAS PELAYANAN	,532	,145	,445	3,674	,000	,365	2,740	
FASILITAS	,355	,152	,283	2,337	,021	,365	2,740	

a. Dependent Variabel: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber data: Data diolah peneliti tahun 2023

Data yang diperoleh dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance variance Kualitas pelayanan (X_1) Fasilitas (X_2) lebih besar dari 0,1 yaitu masing – masing sebesar 0,365 demikian pula nilai VIF kedua variabel independent kurang dari 10 yaitu masing masing 2,740. Dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis yaitu model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independent.

c. Heteoskedastisitas



Sumber data: Data diolah peneliti tahun 2023

Dari data pada gambar Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik – titik menyebar diatas dibawah angka 0 pada sumbu Y. Disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,220	8,267		1,236	,219
	KUALITAS PELAYANAN	,532	,145	,445	3,674	,000
	FASILITAS	,355	,152	,283	2,337	,021

a. Dependent Variabel: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber data: Data diolah peneliti tahun 2023

Dari tabel menunjukkan hasil analisis data uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Berdasarkan dari tabel dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,674 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_1 diterima berarti ada pengaruh yang signifikansi kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan warkop sawah kopi Tanjungsari Boyolangu Tulungagung.

Selanjutnya diketahui bahwa pada variabel fasilitas (X_2) memiliki nilai t_{hitung} t_{tabel} yaitu sebesar $2,337 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$ maka H_2 diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikansi fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan warkop sawah kopi Tanjungsari Boyolangu Tulungagung.

b. Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3424,143	2	1712,072	44,728	,000 ^b
	Residual	3712,897	97	38,277		
	Total	7137,040	99			
a. Dependent Variabel: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber data: Data diolah peneliti tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai f_{hitung} pada kolom F yaitu sebesar 44,728 dan untuk nilai f_{tabel} sebesar 3,089. Jika f_{hitung} lebih besar f_{tabel} maka secara simultan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Jadi dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} lebih besar f_{tabel} yaitu $44,728 > 3,091$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan(X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan(Y) warkop sawah kopi Tanjungsari Boyolangu Tulungagung.

4. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,693 ^a	,480	,469	6,18686
a. Predictors: (Constant), FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variabel: KEPUASAN PELANGGAN				

Sumber data: Data diolah peneliti tahun 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas dapat diketahui nilai determinan pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,469 atau sebesar 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 46,9% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan variabel X_2 . Sedangkan sisanya sebesar 53,1% ($100\% - 46,9\% = 53,1\%$)

dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X_1 dan X_2 . 53,1% bisa dipengaruhi seperti variabel kualitas makanan dan minuman, tempat parkir dan lokasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan warkop sawah kopi Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. Hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,674 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh fasilitas (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,337 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$.
3. Secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan nilai f_{hitung} pada kolom F yaitu sebesar $44,728$ dan untuk nilai f_{tabel} sebesar $3,089$. Jadi dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} lebih besar f_{tabel} yaitu $44,728 > 3,091$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
4. Koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,469$ artinya presentase sambungan pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan warkop sawah kopi Tanjungsari Boyolangu Tulungagung sebesar $46,9\%$, sedangkan sisanya sebesar $53,1\%$ dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit*. XII(1), 95–106.
- Fadhillah, F., & Haryanti, I. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 125–139.
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2), 66–88.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. UNITOMO PRESS.
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian dan pengembangan* (alfabeta).
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *Journal Development*, 6(1), 47–60. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i1.67>
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa, prinsip, penerapan, dan penelitian*.
- Tjiptono Fandy, & Chandra, G. (2011). *MANAJEMEN PELAYANAN JASA*. ANDI.