Jurnal
Pemasaran Bisnis

https://journalversa.com/s/index.php/jpb

Vol 7, No. 3 Agustus 2025

ANALISA KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN FAKTOR DIMENSI KUALITAS PELAYANAN PADA TIARA FLOWERS PLANTS & COFFEE DI MANDAILING NATAL

Nur Hikmah[1], Bernard Hasibuan[2], Moch Sambas[3]
[1,2,3]Universitas Sahid
hikmahnurnst@gmail.com

Abstract
Customer satisfaction is a major factor in maintaining business competitiveness, especially in the cafe industry. This study aims to analyze the influence of service quality dimensions on customer satisfaction at Tiara Flowers Plants & Coffee, Mandailing Natal. The method used is multiple linear regression with five independent variables: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results showed that all service quality variables have a significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination (R^2) of 88.9%. The empathy variable has the greatest influence, followed by tangibles, reliability, responsiveness, and assurance. This finding confirms that improving service quality, especially in terms of customer interaction and comfort of place, can significantly increase customer satisfaction. As a recommendation, cafes are advised to improve aspects of tangibles, ensure service, increase staff responsibility, maintain quality assurance, and increase empathy in service. Further research can explore other external factors, such as price and promotion, which may also affect customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Multiple Linear Regression.*

Abstrak
Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam mempertahankan daya saing bisnis, terutama di industri kafe. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Tiara Flowers Plants & Coffee, Mandailing Natal. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan lima variabel independen: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (empathy).Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 88,9%. Variabel empati memiliki pengaruh terbesar, diikuti oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan, khususnya dalam aspek interaksi dengan pelanggan dan kenyamanan tempat, dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Sebagai rekomendasi, kafe disarankan untuk meningkatkan aspek bukti fisik, memastikan layanan, meningkatkan tanggung jawab staf, menjaga jaminan kualitas, serta meningkatkan empati dalam pelayanan. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi faktor eksternal lain, seperti harga dan promosi, yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Regresi Linier Berganda.

I. PENDAHULUAN

Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, jumlah merek dan produk baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif, khususnya di bidang jasa. Sebagian besar produk jasa yang abstrak dan tidak terwujud, mempunyai aspek yang berada di sekitar inti perusahaan menjadi pertimbangan bagi konsumen. Salah satu aspek tersebut adalah lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada *(servicescape).* Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspetasi konsumen terhadap sebuah produk, terkhusus produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proposisi nilai. Salah satu produk jasa yang merasakan ketatnya persaingan perusahaan jasa saat ini adalah bisnis Cafe **(Makarueh et al., 2022).**

Salah satu bisnis usaha cafe yang sudah memperhatikan kepuasan konsumen seperti memperkuat serta penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti wifi serta memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik adalah Tiara Flowers Plants & Coffee di Panyabungan, Mandailing Natal. Perkembangan Coffee ini didunia usaha cukup baik sehingga dapat bersaing dengan cafe-cafe lain yang ada di mandailing natal.

Tiara Flawers Plants & Coffee menawarkan layanan utama berupa kombinasi kafe dengan suasana alami yang dipadukan dengan elemen tanaman hias. Pengunjung dapat menikmati berbagai hidangan, terutama kopi khas Mandailing, yang menjadi daya tarik utama kafe ini. Selain itu, kafe ini juga menyediakan layanan penjualan tanaman hias, sehingga pelanggan dapat membawa pulang tanaman sebagai suvenir. Untuk menambah daya tarik, kafe ini secara berkala mengadakan workshop tanaman hias dan acara komunitas, memberikan pengalaman edukasi sekaligus interaksi sosial kepada pelanggan.

Selain Itu Tiara Flawers Plants & Coffee juga menyedialan makanan yang dapat menggugah selera pelanggan, mulai dari makanan dan minuman khas daerah seperti ayam bakar dan kopi mandailing dan aneka makanan, minuman serta snack lainnya yang memiliki harga terjangkau mulai harga 10.000- an sampai dengan 30.000-an yang menjadi daya minat para konsumen untuk datang ke Tiara Flawers Plants & Coffee

Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Tiga Tahun Terakhir Caffe

Penurunan pendapatan dari tahun 2021 ke 2023, dengan persentase penurunan sebesar 6,3% pada tahun 2022 dan 13,6% pada tahun 2023, dapat mengindikasikan adanya penurunan kepuasan konsumen di Caffe ini. Faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk dan layanan yang menurun, kenaikan harga tanpa peningkatan kualitas, atau meningkatnya persaingan dari kafe lain. Jika penurunan ini berhubungan dengan keluhan pelanggan, seperti waktu tunggu yang lebih lama atau penurunan kualitas rasa dan pelayanan, maka penting bagi kafe untuk menyalakan dan meningkatkan standar operasional guna mengembalikan kepercayaan serta loyalitas pelanggan.

Mengingat betapa pentingnya peran kualitas pelayanan bagi kehidupan suatu organisasi atau perusahaan untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki, agar kualitas dan kuantitas pelayanan tersebut dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha (Wijaya et al., 2022). Kafe ini terus berkembang dengan memperkenalkan berbagai kegiatan, seperti workshop tanaman hias dan acara komunitas, yang menambah daya tariknya. Tiara Flowers Plants & Coffee kini menjadi lebih dari sekedar tempat minum kopi, melainkan ruang kreatif yang mendukung aktivitas sosial dan edukasi di Mandailing Natal.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bukan November sampai bulan Desember 2024 yang bertepatan di Desa Maga Pasar Kecamatan Lembah Sorik Marapai Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Butir pertanyaan/pernyataan dalam sebuah kuesioner dikatakan valid jika pada pengujian signifikan didapatkan hasil rhitung > rtabel. Penelitian ini menggunakan alpha (a) 0,1 dan *Degree of Freedom* (df) =n-2 =52-2=50, maka diperoleh rtabel sebesar 0.2732.

Variabel	**Item**	**r hitung tertinggi**	**Keterangan**
Tangibles (X1)	5	0,892	Valid
Reliability (X2)	5	0,866	Valid
Responsiveness (X3)	5	0,833	Valid
Assurance (X4)	5	0,886	Valid
Empathy (X5)	5	0,906	Valid
Kepuasan Konsumen	5	0,912	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap butir pernyataan tersebut memiliki nilai rhitung > rtabel. Pernyataan yang dinyatakan valid kemudian perlu dilakukan uji reliabilitas untuk melihat konsistensi jawaban dari butir-butir pernyataan yang diperoleh dari responden.

2. Hasil Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Pengujian reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *cronbach's alpha*. *cronbach's alpha* jika > 0,70, maka kuesioner dikatakan reliabel, sebaliknya jika alpha < 0,70, maka kuesioner dikatakan tidak reliable. Berikut hasil pengujian reliabilitas sebagaimana dalam tabel dibawah.

Variabel	**Cronbach's Alpha**	**Keterangan**

Tangibles (X1)	0,874	Reliabel
Reliability (X2)	0,886	Reliabel
Responsiveness (X3)	0,858	Reliabel
Assurance (X4)	0,909	Reliabel
Empathy (X5)	0,893	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,877	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena setiap variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,70.

3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters[a,b]	Mean	0
	Std. Deviation	1,09422548
Most Extreme Differences	Absolute	0,091
	Positive	0,085
	Negative	-0,091
Test Statistic		0,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Berdasarkan tabel hasil uji output uji normalitas dengan menggunakan uji *one- sampel*

kolmogorov-Smirnov test diperoleh nilai sig 0,200 yang menunjukkan data tersebut berdistribusi normal dikarenakan lebih besar dari 0,05.

4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Tangibles	0,343	2,919	Tidak terjadi
Reliability	0,297	3,37	Tidak terjadi
Responsiveness	0,304	3,288	Tidak terjadi
Assurance	0,332	3,01	Tidak terjadi
Empathy	0,329	3,036	Tidak terjadi

Dari hasil Coefficients pada tabel dapat diketahui bahwa nilai Variance Inflation factor (VIF) 2,919 untuk variabel Bukti fisik (X1), 3,370 untuk variabel Keandalan (X2), 3,288 untuk variabel Daya Tanggap (X3), 3,010 untuk variabel jaminan (X4) dan 3,036 variabel Empati (X5). Jika dilihat dari nilai tolerance lima variabel diatas menunjukkan < 10,00. Hal ini dapat menunjukkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolonearitas.

5. Hasil Uji Heteroskedastatis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	0,136	0,539		0,252	0,802
Tangibles (X1)	0,067	0,047	0,331	1,435	0,158
Reability (X2)	0,053	0,046	0,281	1,133	0,263
Responsveness (X3)	-0,056	0,048	-0,287	-1,172	0,247
Assurance (X4)	-0,069	0,039	-0,419	-1,791	0,08
Empahaty (X5)	0,045	0,044	0,245	1,04	0,304

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikan (sig). untuk variabel bukti fisik (X1) sebesar 0,158, variabel keandalan (X2) sebesar 0,263, variabel daya tanggap (X3) sebesar 0,247, variabel jaminan (X4) sebesar 0,080, dan variabel empati (X5) sebesar 0,304,. Nilai signifikansi kelima variabel diatas adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikan di atas 0,05.

6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Sig.	Pengaruh
Tangibles	0,259	0,002	Signifikan
Reliability	0,174	0,034	Signifikan
Responsiveness	0,168	0,047	Signifikan
Assurance	0,151	0,027	Signifikan
Empathy	0,205	0,008	Signifikan

			(Terbesar)

Dilihat dari hasil uji yang diperoleh hasil uji dari empathy memiliki pengaruh signifikan yang lebih besar.

7. Hail Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.943[a]	,889	,877	1,15216

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa koefesien R Square diperoleh sebesar 0,889 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,877. Hal ini berarti 88% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sedangkan sisanya yaitu 87% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-varibel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

8. Memberikan Rekomendasi Perbaikan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tiara Flowers Plants & Coffee, terdapat beberapa rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas mereka terhadap kafe ini.

Peningkatan Aspek Bukti Fisik (Tangibles) Bukti fisik memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Tiara Flowers Plants & Coffee perlu meningkatkan beberapa aspek berikut:

a. Kebersihan dan Kerapihan Area Kafe: Menjaga kebersihan ruangan, toilet, dan area makan agar tetap nyaman bagi pelanggan.
b. Desain Interior yang Menarik: Menambahkan elemen dekoratif seperti tanaman hias yang lebih variatif dan pencahayaan yang lebih baik untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan estetik.
c. Fasilitas Pendukung: Menyediakan area parkir yang lebih luas dan fasilitas tambahan seperti tempat duduk outdoor yang nyaman untuk meningkatkan daya tarik kafe.

2. Peningkatan Keandalan

(Reliability) Keandalan dalam pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

a. Standarisasi Kualitas Produk: Memastikan bahwa rasa dan kualitas makanan serta minuman selalu konsisten dengan melakukan kontrol kualitas yang ketat.
b. Ketepatan Waktu Pelayanan: Mengoptimalkan sistem pemesanan dan pelayanan agar pelanggan mendapatkan pesanan mereka dalam waktu yang sesuai dengan harapan.
c. Keakuratan dalam Transaksi: Mengurangi kesalahan dalam penagihan dan memastikan jumlah pembayaran sesuai dengan pesanan pelanggan.

3. Peningkatan Daya Tanggap (Responsiveness) Pelayanan yang cepat dan responsif sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Rekomendasi perbaikannya meliputi:

a. Pelatihan Karyawan: Memberikan pelatihan kepada staf dalam hal keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan agar mereka lebih sigap dalam menjawab pertanyaan dan menangani keluhan.
b. Sistem Feedback Pelanggan: Menyediakan mekanisme umpan balik yang lebih efektif, seperti kuesioner digital atau buku saran, agar pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keluhan atau saran perbaikan.

4. Peningkatan Jaminan

(Assurance) Jaminan dalam pelayanan mencerminkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan aspek ini, beberapa langkah yang bisa dilakukan adalah:

a. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Memberikan informasi yang jelas mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam makanan dan minuman untuk meningkatkan rasa aman bagi pelanggan.
b. Peningkatan Kompetensi Staf: Melakukan pelatihan kepada staf mengenai pengetahuan produk sehingga mereka dapat memberikan rekomendasi yang lebih tepat kepada pelanggan.
c. Sistem Keamanan Makanan: Menjaga kebersihan dalam proses penyajian makanan

dan minuman agar pelanggan merasa aman dalam mengonsumsinya.

5. Peningkatan Aspek Empati (Empathy) Faktor empati memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan dalam:
   a. Pendekatan Personal kepada Pelanggan: Membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui layanan yang ramah dan penuh perhatian.
   b. Menyesuaikan Pelayanan dengan Kebutuhan Pelanggan: Memberikan pelayanan yang lebih personal, seperti mengingat preferensi pelanggan tetap.

Program Loyalitas Pelanggan: Memberikan diskon atau promo khusus bagi pelanggan yang sering datang untuk meningkatkan keterikatan mereka dengan kafe

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor dimensi kualiats pelayan dominan terhadap kepuasan konsumen sebagaimana berikut:

1. Dari analisis regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa semua aspek kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan bukti fisik memiliki pengaruh terbesar , diikuti oleh empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan .
2. Rekomendasi perbaiakan yang diberikan dalam penelitian ini mencakup peningkata kualitas layanan untuk atribut tangibles (X1) pada pernyataan 1 (area parkir luas), pernyataan 4 (kenyamana dan kebersihan araea makan) dan Empahaty (X5) pada pernyataan 22 (pemahaman terhadap kebutuhan konsumen).

Saran

Meneliti faktor eksternal lain seperti harga, promosi, dan strategi pemasaran yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1. Menafsirkan studi dengan sampel yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif terhadap pelanggan Tiara Flowers Plants & Coffee.
2. Melakukan perbandingan dengan kompetitor untuk mengetahui keunggulan dan

kekurangan layanan kafe dibandingkan dengan tempat lain di Mandailing Natal.

DAFTAR PUSTAKA

Bessie, J., & Suki, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroenk Resto & Cafe Kota Kupang). GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 4 (1), 31-45.

https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/arti cle/view/10205

Christman, H., Lie, D., Butarbutar, M., & Efendi, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Atlas Pematangsiantar. Maker: Jurnal Manajemen, 1(2), 49-54. https://doi.org/10.37403/maker.v1i2.18

Claudio Musa Sangkay, P., F A Tumbuan, W. J., & C Wangke, S. J. (2022).

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Cafe Kopi Soe Di Manado The Analysis Of Factors That Influencing Customers Satisfaction Of Cafe Kopi Soe At Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(4), 1029-1039.

Dana, D., Ketiga, P., & Penyaluran, D. A. N. (2023). Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. 1, 37-46.

Darise, B., & Lumanaw, B. (2022). Di Kakaskasen 2 Tomohon Comparative Analysis of Customer Satisfaction Alfamart Minimarket

and Indomaret in Kakaskasen 2 Tomohon. Mandagie 100 Jurnal EMBA, 10(4), 100-109.

Exreana Karundeng, M., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. Productivity, 2(6), 511-517. file:///C:/Users/rizky/Downloads/npioh,+Jurnal

+Meijina+511-517.pdf

Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio dengan Metode Servqual. Jurnal Teknologi Dan Manajemen, 19(2), 59-62.

https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.33

Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS), 4(3), 175-182.

Makarueh, J., Rohaetin, S., & Erang, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe About Something Palangka Raya.

Edunomics Journal, 3(1), 17-21. https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3998

Maulana, H. F. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Coffeshop Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Csi Dan Penentuan Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot.

Jurnal Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Prasetyo, F. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Wyndham Casablanca

Jakarta. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951-952., 16(1),

5-24.

Priyambodo, I. G., & Suprijati, J. (2022). The Influence Of Overall Corporate Image and Culture Towards Customer Loyalty (Case Study On Pegadaian Ltd., Surabaya Regional Office). Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo, 28(1), 17-28.

Rifani, J., & Febriadi, H. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada Plasa Telkom Amuntai Area Kabupaten Hulu Sungai Utara. Inovatif Jurnal Administrasi Niaga, 3(1), 101-118. https://doi.org/10.36658/ijan.3.1.83

Saleh, N. N. (2023). Pengaruh Program Perpustakaan Terhadap.

Suryani Putri, A., C. Widayanti, C., & Hikmah Perkasa, D. (2023). Pengaruh Service Quality, Servicescape, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru(Studi Kasus Pada Toko Indomaret Drive ThruJakarta Barat). Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT), 1(3), 73-81.

Wijaya, C., Ciamas, E. S., Kuan, J., Pemasaran,

S. M., Cendana, P., Utara, S., Pelanggan, K.,

Lan, W. P., Wijaya, C., & Ciamas, E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT . Decorindo Jaya Medan. 63- 67.

Yudha, E. P., Suryana, D. N., & Sitio, A. A. P. (2022). nalisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk PerusahaanA Multinasional Dunkin Donut.

Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis, 6(1), 392-400.

Zaki, A., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Ruang Singgah Malang). 12(01), 612-622.