

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA KOPI SHINTA KEPANJEN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Disusun oleh :
QORY DARA LUTHVITA
(20612011022)

**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG
2024**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA KOPI SHINTA KEPANJEN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

Disusun oleh :
QORY DARA LUTHVITA
(20612011022)

**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Inspiring, Excellent, Humble

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada
Kopi Shinta Kepanjen
Disusun oleh : Qory Dara Luthvita
NIM : 20612011022
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 16 Mei 2024

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi,

(Adita Nafisa., S.E. M.M)

NIDN.0724068802

Pembimbing,

(Tanti Widia Nurdiani, S.E., M.M)

NIDN.0728058104

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Lantai II, Gedung K.H. Mahmud Zubaidi, Jalan Raya Mojokari 02, Kepanjen – Malang Jawa Timur
Telp: (0341) 399099 – Kode POS: 65163 Email: feb@uniramalang.ac.id Website: <http://www.feb.uniramalang.ac.id>

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM
STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT MALANG:

NAMA : Qory Dara Luthvita
NIM : 20612011022
HARI : Jumat
TANGGAL : 19 Juli 2024
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada
Kopi Shinta Kepanjen

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

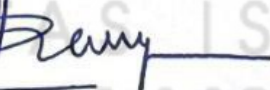

Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901


Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.Sc., M.Ec
NIDN. 0704048907


Tanti Widia Nurdiani, M.M
NIDN. 0728058104

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,




Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

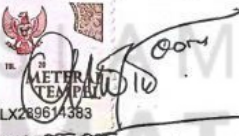
PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya dan pasal 70 yang berbunyi : lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan /atau pidana denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)).

Malang, 7 Agustus 2024

Yang menyatakan,


Qory Dara Luthvita

HALAMAN PERUNTUKAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memeberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, memberkati saya dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya skripsi dapat terselesaikan tepat waktu. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Segala perjuangan saya hingga bisa sampai di titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya kuat hingga bisa bertahan sampai dengan detik ini. Tiada lembar yang paling indah dalam laporan ini kecuali lembar persembahan. Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucap syukur atas rahmat Allah SWT dan sebagai ucapan terimakasih skripsi ini saya persembahkan untuk :

Yang Paling Utama Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi

Pintu surgaku, Ibunda Siti Kumaiyah. Seorang perempuan hebat yang selalu menjadi penyemangat dan sebagai sandaran kekuatan dari kerasnya dunia. Saya persembahkan skripsi ini unruk ibuku tercinta. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudan menjadi tempatku untuk pulang,bu.

Terima kasih untuk keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun material.

Kepada saudara-saudara terdekatku. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, saudaraku.

Teruntuk Sahabat – sahabatku tercinta. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat seperti kalian.

Kepada Patnerku, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.

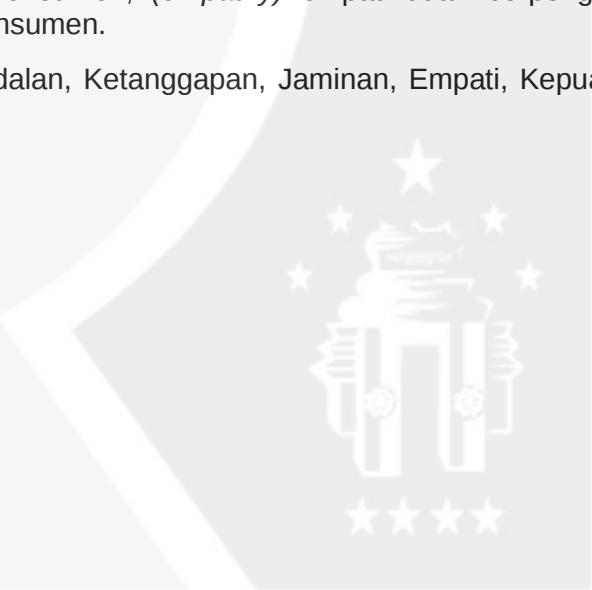
Terakhir, untuk diri saya sendiri, Qory Dara Luthvita atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih kuat dari hari ke hari.

ABSTRAK

Qory Dara Luthvita. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Shinta Kepanjen (Pembimbing : Tanti Widia Nurdiani. SE.,M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan berupa *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Shinta Kepanjen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik analisis data dengan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan aplikasi SPSS 22. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Kopi Shinta Kepanjen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 152 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis tersebut menunjukkan (*tangible*) bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (*reliability*) kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (*responsiveness*) daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (*assurance*) jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (*empathy*) empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRACT

Qory Dara Luthvita. 2024. *The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction with Shinta Kepanjen Coffee* (Supervisor: Tanti Widia Nurdiani. SE., M.M)

This research aims to determine the influence of Service Quality dimensions in the form of Tangible (Physical Evidence), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Assurance (Guarantee) and Empathy (Empathy) on Consumer Satisfaction with Kopi Shinta Kepanjen. This type of research is quantitative research and data analysis techniques using multiple linear regression tests, classical assumption tests, and SPSS 22 applications. The population in this research are consumers who have visited Kopi Shinta Kepanjen. The sample used in this research was 152 respondents. Based on the results obtained from this analysis, it shows that (tangible) physical evidence has no significant effect on consumer satisfaction, (reliability) reliability has no significant effect on consumer satisfaction, (responsiveness) responsiveness has a significant effect on consumer satisfaction, (assurance) guarantee has a significant effect on satisfaction. consumers, (empathy) empathy has no significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Consumer Satisfaction*



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan karunia-Nya akhirnya, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Shinta Kepanjen” dengan lancar.

Tujuan penulis skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa dalam Program Studi Manajemen untuk memperoleh persetujuan hasil penelitian skripsi dalam mendapatkan gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak serta adanya usaha. Maka penulis dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Bapak Drs. Imron Rosyadi Hamid, S.E., M.Si.
2. Bapak M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
3. Ibu Adita Nafisa, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
4. Ibu Tanti Tanti Widia Nurdiani, SE.,M.M sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan motivasinya selama perkuliahan.

6. Ibu Siti Kumaiyah selaku orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan baik moril maupun material.
7. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmat Malang angkatan 2020 terimakasih atas kebersamaan dan kegembiraannya selama kuliah dan seluruh teman-teman yang lain yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga amal baik mereka mendapatkan balasan yang baik di Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi bertambahnya pengetahuan penulis. Akhirnya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Malang,

2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERUNTUKAN.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 11
2.1 Kajian Empiris.....	11
2.2 Kajian Teori.....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.3.1 Hubungan Tangible (Bukti Fisik) terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.2 Hubungan Reability (keandalan) terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
2.3.3 Hubungan Reponsiveness (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
2.3.4 Hubungan Assurance (Jaminan) terhadap Kepuasan Konsumen.....	42
2.3.5 Hubungan Empathy (empati) terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	44
2.5 Hipotesis.....	44
 BAB III METODE PENELITIAN	 46
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	46
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	47
3.4 Populasi dan sampel	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel	51
3.5 Sumber Data	52
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2 Uji Validitas dan Reabilitas	55
3.8 Uji Asumsi Klasik	55
3.8.1 Uji Normalitas	55
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	56

3.8.3	Uji Heterokedastisitas.....	56
3.9	Pengujian Hipotesis.....	57
3.9.1.	Uji t.....	57
3.9.2.	Uji F.....	58
3.9.3.	Uji R ²	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1.	Hasil Penelitian	60
4.1.1.	Gambaran Umum	60
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	62
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	65
4.2.1.	Variabel Tangible (Bukti Fisik) (X1)	65
4.2.2.	Variabel Reliability (Kehandalan) (X2).....	67
4.2.3.	Variabel Responsiveness (Ketanggapan) (X3).....	70
4.2.4.	Variabel Assurance (Jaminan) (X4)	72
4.2.5.	Variabel Empathy (Empati) (X5).....	74
4.3	Analisis Data.....	76
4.3.1.	Analisa Deskriptif	76
4.3.2.	Uji Validitas	78
4.3.3.	Uji Reabilitas.....	81
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	90
4.4.1.	Pengaruh Tangible terhadap kepuasan konsumen.....	90
4.4.2.	Pengaruh Reability terhadap kepuasan konsumen	91
4.4.3.	Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Konsumen	92
4.4.4.	Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Konsumen.....	93
4.4.5.	Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.4.6.	Pengaruh Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
BAB V PENUTUP		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		104

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....		11
Tabel 2 Atribut dan Dimensi Model SERVQUAL.....		27
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel		47
Tabel 5 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		62
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia		63
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir		64
Tabel 8 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen selalu berpenampilan rapi dan bersih		65
Tabel 9 Kebersihan dan kenyamanan Kopi Shinta Kepanjen selalu terjaga.....		66
Tabel 10 Fasilitas Penunjang yang dimiliki Kopi Shinta Kepanjen cukup Lengkap		66
Tabel 11 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen memberikan pelayanan yang sama dan adil pada tiap pembeli		67
Tabel 12 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen bersedia membantu ketika konsumen mengalami kesulitan.....		68
Tabel 13 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen mampu memilihkan menu terbaik yang Kopi Shinta Kepanjen sediakan		69
Tabel 14 Kopi Shinta memiliki tempat parkir yang aman		69
Tabel 15 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen memproses dengan cepat makanan dan minuman yang dipesan konsumen		70
Tabel 16 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen selalu memberikan informasi terbaru terkait menu terbarunya kepada konsumen		71
Tabel 17 Karyawan Kopi Shinta Kepanjen bersedia menjawab pertanyaan konsumen saat kesulitan		72
Tabel 18 Konsumen percaya bahwa Kopi Shinta Kepanjen mempunyai kejujuran terkait dengan harga menu yang tersedia.....		72
Tabel 19 Karyawan kopi shinta kepanjen melayani konsumen dengan sopan dan ramah		73
Tabel 20 Konsumen merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi jual beli di kopi shinta kepanjen.....		74
Tabel 21 Karyawan kopi shinta kepanjen memahami kebutuhan konsumen		74
Tabel 22 Kopi Shinta Kepanjen selalu beroperasi sesuai dari jam 09.00 pagi hingga jam 00.00 malam		75
Tabel 23 Kopi Shinta Kepanjen melayani pembelian secara online.....		76
Tabel 24 Analisis Deskriptif.....		77
Tabel 25 Uji Validitas Variabel Tangible (Buti Fisik) (X1).....		79
Tabel 26 Uji Validitas Variabel Reability (Keandalan) (X2).....		79
Tabel 27 Uji Validitas Variabel Responsiveness (Ketanggapan) (X3).....		79
Tabel 28 Uji Validitas Variabel Assurance (Jaminan) (X4)		80
Tabel 30 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y1)		81
Tabel 31 Uji Reabilitas.....		81
Tabel 32 Hasil Multikolinearitas.....		83

Tabel 33 Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 34 Hasil Uji t (uji parsial)	86
Tabel 35 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
Tabel 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	89



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Halaman
Gambar 1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	44
Gambar 2	Uji Normalitas P-Plot	82
Gambar 3	Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	84



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner		105
Lampiran 3 Hasil Olah Data Penelitian.....		108
Lampiran 4 Kartu Bimbingan		116
Lampiran 5 Curriculum Vitae.....		117



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada era globalisasi saat ini membuat kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi beragam. Kebutuhan mendasar dan utama masyarakat Indonesia adalah makanan dan minuman, yang didapatkan dengan cara memasak atau membuatnya sendiri. Budaya yang semakin berkembang menjadikan masyarakat lebih suka untuk makan di luar maupun membelinya di restoran atau cafe, dan *image* makanan buatan restoran atau cafe lebih enak dari pada makanan yang dibuat sendiri. Masyarakat Indonesia saat ini lebih tertarik menghabiskan waktu di luar untuk berkumpul dengan teman, mengerjakan tugas, rapat dengan kolega, dan lain-lain. Gaya hidup masyarakat yang semakin mengikuti budaya membuat pertumbuhan sektor kuliner menjadi semakin naik. Pertumbuhan sektor kuliner saat ini sangat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba membuka cafe dan restoran yang berkonsep unik dan menarik perhatian masyarakat berbagai kalangan khususnya pada kota-kota besar maupun kota-kota kecil.

Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* didalam mengkonsumsi produk, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukannya sebuah paradigma untuk menggeser sebuah pemikiran tradisional dalam kategori bisnis kuliner, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan

musik live, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para costumernya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan mereka.

Perusahaan menerapkan berbagai strategi untuk menambah pelanggan yang baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Salah satu cara agar bisa lebih unggul dalam persaingan dengan perusahaan yang lain dengan melayani segala kebutuhan pelanggan agar terpenuhi. Pelanggan adalah suatu aset perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kepada pelanggan. Perusahaan berusaha menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap setia menggunakan jasa yang telah digunakan selama ini.

Kualitas pelayanan penting untuk diperhatikan, pelayanan yang cepat dan baik atau bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan konsumen cenderung untuk menjadi puas dan ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama di waktu yang akan datang, ini menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Namun sebaliknya, jika pelayanan kurang baik atau tidak memuaskan, apalagi jauh dari apa yang diharapkan akan timbul rasa kecewa, maka mereka merasa enggan untuk kembali lagi. Selain itu, nama usaha menjadi buruk dan akan berisiko lagi apabila mereka bercerita ke orang lain tentang kejelekan dari perusahaan yang bersangkutan.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi kemajuan suatu usaha, salah satunya adalah bagaimana cara mereka dapat menarik konsumen dan mempertahankannya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis saat ini, pelayanan merupakan salah satu hal yang paling penting bagi pebisnis untuk membuat pembeda ketika mereka menjual produk yang sama. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan

keinginan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan konsumen.

Menurut Farooq et, al. (2018) perusahaan mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Salah satu tindakan untuk memenuhi kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Setelah konsumen puas dengan produk atau jasa diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Jika konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli kembali dan merekomendasikan orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mempergunakan jasa Kopi Shinta antara lain dimensi *tangible* (bukti fisik atau berwujud) meliputi penampilan fisik kafe, interior bangunan kafe dan penampilan karyawan kafe.

Menurut Albarq (2013) dalam Kaengke et al (2022) *tangible* meliputi tampilan fisik pelayanan, seperti fasilitas fisik, alat, atau perlengkapan dan juga penampilan pekerja. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen dan pelanggan, karena hal itu penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang di berikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan

yang terlalu tinggi. Hal tersebut meliputi lingkungan fisik seperti gedung, interior, peralatan dan perlengkapan pendukung, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Dimensi *reliability* (Keandalan) meliputi kemampuan kafe untuk memberikan fasilitas didalam cafe. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.

Menurut Tjiptono (2014) *reability* (kehandalan) kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dimensi kedua ini memiliki pengaruh dalam hal pelayanan ke konsumen. Dimana konsumen akan puas ketika menerima pelayanan yang baik, serta jika pelanggan tersebut menyampaikan kritik dan saran Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) meliputi kesediaan karyawan kafe untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan dan keluhan pelanggan (Zeithaml, V, et. al., dalam Gilang dan purboyo 2024). Menurut Tjiptono (2014) jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Dimensi *emphaty* (empati) yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen, dengan menunjukan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial dan kebutuhan mereka dapat dipahami oleh perusahaan (Zeithaml, V, et. Al., dalam Angelin, 2017) Dengan adanya perhatian yang khusus dan komunikasi dua arah yang baik dari pelayan terhadap para pelanggan dan konsumen sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan oleh café tersebut dan menimbulkan persepsi yang positif dari pelanggan tersebut yang akan berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan pelanggan. kelima dimensi diatas disebut

dengan Metode Servqual. Servqual merupakan singkatan dari *Service Quality*, yang berarti kualitas pelayanan (Masrurroh & Rahmaningtyas 2020)

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan. Persepsi negatif jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka pelanggan merasa tidak puas seperti lambatnya pelayanan dan terjadinya kesalahan dari karyawan yang merugikan pelanggan. Sedangkan persepsi positif jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya pelanggan merasa puas, dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas seperti cepatnya proses dan adanya empati karyawan.

Menurut Joudeh & Dandis (2018) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai pemenuhan harapan, tujuan, kebutuhan, dan keinginan melalui banyak atribut bisnis, termasuk pelayanan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat berubah selama periode waktu, itu adalah proses yang dinamis persepsi individu tentang produk atau pelayanan kinerja untuk kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi.

Salah satu kafe yang cukup menarik perhatian peneliti dan berada di dekat Universitas Islam Raden Rahmat Malang adalah Kopi Shinta yang berada di Jl. Panglima Sudirman Kepanjen No. 06 Ngadilangkung, Kec, Kepanjen, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65163. Kopi Shinta ini salah satu kafe yang menghadirkan suasana yang nyaman dengan aksen interior yang dipenuhi

dengan warna abu – abu dan hitam. Kopi shinta memiliki suasana yang berbeda di setiap lantainya. Lantai 1 ada bar yang estetik, lantai 2 ada workspace, dan lantai 3 ada rooftop tentunya ada view yang sangat menyejukan mata, melihat langsung pemandangan jalan yang ada didepan Kopi shinta.

Kopi shinta juga menyediakan Makanan Pembuka , Makanan pokok , makanan penutup dan berbagai menu minuman. Kopi Shinta menawarkan berbagai fasilitas menarik seperti Wifi, Music, area meeting room, smoking area, banyak permainan lainnya yang bisa membuat rasa kumpul bersama teman, keluarga lebih seru. stop-kontak di beberapa tempat agar pengunjung tidak perlu khawatir apabila ingin mengisi daya gadgetnya saat mengerjakan beberapa tugas, dan disediakan juga Mushollah agar pengunjung yang beragama Islam tidak bingung mencari tempat beribadah saat waktu ibadah sudah masuk.

Salah satu strategi yang ditempuh Kopi Shinta ialah dengan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dengan melayani konsumen secara baik sesuai dengan kebutuhan. Pada dasarnya konsumen mencoba untuk membandingkan antara “pelayanan yang dipersiapkan” atau *“the perceived service”* (pelayanan yang diperoleh juga disebut *the out come*) dengan pelayanan yang diharapkan (*the expected service*). Contoh-contoh pelayanan diantaranya pelanggan diberikan informasi inovasi produk unggulan dan kemudahan proses pembayaran dengan memberikan bill (catatan tagihan harga) yang kemudian bisa dibayarkan ke kasir. Namun pada kenyataannya terlihat bahwa apa yang diterapkan belum maksimal.

Kopi Shinta telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggannya setia dan cinta dengan produk yang telah dikonsumsi

selama ini. Pelanggan merasa puas jika segala kebutuhannya selalu dilayani dengan baik, dengan kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh kepada produk yang sedang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Disamping itu, dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen, sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya termasuk salah satunya adalah mencapai kepuasan konsumen.

Kelangsungan hidup dari bisnis yang dijalankan ditentukan oleh bagaimana strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka memuaskan kebutuhan para pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan bahkan melampauinya. Pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen, sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut, agar produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya termasuk salah satunya adalah mencapai kepuasan mereka (konsumen). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, untuk melihat secara lebih spesifik lagi dengan melakukan penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Shinta Kapanjen”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah tangible berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kopi shinta kepanjen ?
2. Apakah reability berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kopi shinta kepanjen ?
3. Apakah responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kopi shinta kepanjen ?
4. Apakah assurance berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kopi shinta kepanjen ?
5. Apakah empathy berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kopi shinta kepanjen ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tangible yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kopi Shinta Kepanjen.
2. Untuk mengetahui reability yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kopi Shinta Kepanjen.
3. Untuk mengetahui responsiveness yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kopi Shinta Kepanjen.
4. Untuk mengetahui assurance yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kopi Shinta Kepanjen.
5. Untuk mengetahui empathy yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di Kopi Shinta Kepanjen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki segi kegunaan atau manfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan penelitian yaitu bagi Peneliti, Fakultas, dan Perusahaan atau Instansi. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Berikut beberapa manfaat Penelitian bagi Mahasiswa :

- a. Melatih berfikir kritis dan memecahkan masalah yang terkait dengan bidang keahliannya.
- b. Melatih dan membuka wawasan mahasiswa dalam memahami menyelesaikan permasalahan-permasalahan di instansi yang berkaitan dengan bidang keahliannya.

2. Manfaat Bagi Instansi

Berikut manfaat penelitian bagi instansi :

- a. Dapat memberikan masukan kompetensi yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan kemampuan lulusan yang dibutuhkan oleh instansi terkait.

3. Manfaat Bagi Universitas :

Berikut manfaat penelitian bagi Universitas :

- a. Dapat meningkatkan kerjasama antara pihak universitas dan instansi terkait.
- b. Menghasilkan lulusan yang sesuai dengan kebutuhan kerja.
- c. Dapat memberikan masukan terhadap pihak universitas terkait kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan.

4. Manfaat Bagi Kopi Shinta Kepanjen

Berikut beberapa manfaat penelitian bagi Kopi Shinta Kepanjen :

- a. Untuk memberikan informasi dan sebagai masukan bagi Kopi Shinta Kepanjen dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Untuk menambah wawasan bagi peneliti dan pengalaman sekaligus untuk mengaplikasikan ilmu yang penulis miliki.
- c. Dapat berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya atau dimasa yang akan datang



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT