



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung

Lulu Nurfadhilah¹, Naya Ekawati H², Neng Silma S.R³, Marsha Alivia⁴, Cantika Anastasya⁵, Erna Herlinawati⁶
^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun

¹lulunurfadhilah@student.inaba.ac.id, ²nayaekawati@student.inaba.ac.id, ³nengsilmasr@student.inaba.ac.id,

⁴marshaalivia@student.inaba.ac.id, ⁵cantikaanastasya@student.inaba.ac.id, ⁶erna.herlinawati@inaba.ac.id.

Abstrak

Perkembangan industri coffee shop di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha semakin tinggi. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas dan cepat guna menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan kepada konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 30 konsumen. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistic melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,089, sedangkan kecepatan pelayanan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 0,066. Namun, secara simultan kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,006. Nilai koefisien determinasi sebesar 31,8% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada industri coffee shop tidak hanya ditentukan oleh aspek pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga, suasana tempat, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kecepatan Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Coffee Shop, Manajemen Pemasaran.

1. Pendahuluan

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Salah satu subsektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah bisnis coffee shop. Perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda, menjadikan coffee shop tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk bekerja, belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Kondisi tersebut menyebabkan jumlah pelaku usaha coffee shop terus meningkat sehingga menciptakan persaingan yang semakin kompetitif.

Persaingan yang ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memberikan nilai tambah kepada konsumen. Tidak hanya melalui kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam bisnis jasa, pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang memperoleh pelayanan sesuai harapan cenderung merasa puas dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang maupun memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Koller (2016), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatnya loyalitas pelanggan, terciptanya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), serta meningkatnya daya saing perusahaan di pasar.

Salah satu faktor yang sering dikaitkan dengan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama yang dikenal dengan konsep SERVQUAL, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Kualitas pelayanan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima konsumen, semakin besar peluang terciptanya kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan juga menjadi faktor yang penting dalam industri coffee shop. Konsumen pada umumnya menginginkan pelayanan yang cepat, tepat, dan efisien. Lamanya waktu tunggu sering Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung

kali menjadi salah satu penyebab munculnya ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa proses pelayanan mulai dari pemesanan hingga penyajian produk dapat dilakukan secara efektif tanpa mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen. Noor Annisa (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Rizki Ayu Utari (2023) juga menemukan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, penelitian Adli, Wijayanto, dan Farida (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee Shop Kopi Nako. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya perbedaan temuan pada berbagai objek penelitian. Perbedaan karakteristik konsumen, jenis usaha, kondisi operasional perusahaan, dan lingkungan bisnis memungkinkan terjadinya variasi hasil penelitian. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada objek yang berbeda.

Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung merupakan salah satu pelaku usaha yang beroperasi di tengah persaingan bisnis coffee shop yang semakin ketat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumennya. Evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan menjadi penting karena kedua aspek tersebut berhubungan langsung dengan pengalaman yang dirasakan pelanggan selama melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, dan kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian dilaksanakan pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena responden ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi konsumen yang pernah melakukan pembelian secara langsung, berusia minimal 17 tahun, serta pernah merasakan pelayanan yang diberikan oleh Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 30 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, sangat setuju. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kualitas pelayanan (X_1) dan kecepatan pelayanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Kualitas pelayanan diukur menggunakan dimensi SERVQUAL yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kecepatan pelayanan diukur berdasarkan ketepatan waktu pelayanan, kecepatan respons karyawan, dan efisiensi proses pelayanan. Adapun kepuasan konsumen diukur melalui tingkat kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan yang diterima, niat melakukan pembelian ulang, serta kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Instrumen penelitian diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggambarkan profil konsumen yang menjadi sampel penelitian. Sebanyak 30 responden yang berpartisipasi merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Coffee

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.11899>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Data karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang konsumen yang menjadi objek penelitian sehingga dapat mendukung interpretasi hasil penelitian.

3.2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, dan kepuasan konsumen memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	5	Seluruh item valid
Kecepatan Pelayanan (X_2)	3	Seluruh item valid
Kepuasan Konsumen (Y)	8	Seluruh item valid

3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian dalam mengukur setiap variabel. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten apabila digunakan pada kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,735	Reliabel
Kecepatan Pelayanan	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,585	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang memenuhi kriteria reliabilitas sehingga instrumen penelitian dapat digunakan dalam proses analisis lebih lanjut.

3.4 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum jawaban responden terhadap variabel penelitian.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	Mean
Kualitas Pelayanan	20,00
Kecepatan Pelayanan	11,90
Kepuasan Konsumen	30,60

Nilai rata-rata pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan, kecepatan pelayanan, dan tingkat kepuasan yang dirasakan selama berkunjung ke Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung.

3.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi-asumsi statistik sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak menghasilkan estimasi yang biasa. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal merupakan salah satu syarat agar model regresi dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis secara tepat. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Shapiro-Wilk dengan Tingkat signifikansi 5%

Kriteria pengambilan Keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,100. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Metode	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Shapiro-Wilk	0,100	. 0,05	Data berdistribusi normal

3.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independent dalam model penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang kuat antarvariabel bebas karena dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi koefisien regresi. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,678 serta nilai VIF sebesar 1,475. Nilai tersebut memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,678	1,475	Tidak terjadi multikolinearitas
Kecepatan Pelayanan	0,678	1,475	Tidak terjadi multikolinearitas

Tidak ditemukannya gejala multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara terpisah tanpa adanya hubungan yang terlalu kuat antarvariabel bebas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinilai layak untuk dianalisis lebih lanjut.

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada setiap nilai prediksi dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya memiliki varians residual yang konstan atau disebut homoskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode Glejser dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independent. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,193 sedangkan variabel kecepatan pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,934. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,193	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
Kecepatan Pelayanan	0,934	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penyebaran residual dalam model regresi relatif stabil pada seluruh tingkat prediksi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis secara akurat.

Secara keseluruhan, hasil uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik yang dipersyaratkan. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Buah Batu Bandung.

3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kecepatan pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan antarvariabel penelitian.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,478 + 0,286X_1 + 0,304X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,478 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 1,478.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,286 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,286 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi kecepatan pelayanan sebesar 0,304 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kecepatan pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,304 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki arah hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan dan semakin cepat pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen cenderung meningkat.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
----------	-------------------

Konstanta	1,478
Kualitas Pelayanan (X1)	0,286
Kecepatan Pelayanan (X2)	0,304

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t Hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1,766	0,089	Tidak Signifikan
Kecepatan Pelayanan	1,920	0,066	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,089. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Buah Batu Bandung.

Selanjutnya, variabel kecepatan pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,066. Nilai tersebut juga lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Dengan demikian, kecepatan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung.

Meskipun kedua variabel memiliki koefisien regresi positif, hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan belum cukup kuat untuk menghasilkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

3.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

F Hitung	Sig.	Keterangan
6,292	0,006	Signifikan

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F hitung sebesar 6,292 dengan Tingkat signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Dengan kata lain, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan tingkat kepuasan konsumen.

3.8 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 10. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,564	0,318	0,267

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai R Square sebesar 0,318 atau 31,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan konsumen sebesar 31,8% Sementara itu, sisanya sebesar 68,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas produk, harga, variasi menu, suasana coffee shop, lokasi usaha, promosi, fasilitas pendukung, citra merek, maupun pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki kontribusi dalam menjelaskan kepuasan konsumen, masih terdapat faktor lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung.

3.9 Pembahasan

3.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,286, namun secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,089 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen tidak dapat diterima.

Secara teoritis, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik konsumen coffee shop yang cenderung tidak hanya mempertimbangkan pelayanan dalam menilai kepuasan. Konsumen saat ini lebih memperhatikan pengalaman secara keseluruhan (customer experience), termasuk kualitas produk, cita rasa minuman, variasi menu, harga, kenyamanan tempat, desain interior, fasilitas pendukung, akses internet, hingga suasana yang ditawarkan oleh coffee shop.

Selain itu, sebagian besar responden memberikan penilaian yang relatif baik terhadap kualitas pelayanan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi standar harapan konsumen sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda yang dominan dalam menentukan tingkat kepuasan. Dengan kata lain, konsumen menganggap kualitas pelayanan yang baik sebagai sesuatu yang sudah seharusnya diberikan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Noor Annisa (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dapat berbeda pada setiap objek penelitian karena dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, jenis usaha, dan kondisi persaingan yang berbeda.

3.9.2 Pengaruh Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,304. Akan tetapi, hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,066 yang lebih besar 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Secara teori, kecepatan pelayanan merupakan salah satu indikator penting dalam industri karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara cepat dan efisien. Konsumen pada umumnya menginginkan waktu tunggu yang singkat serta pelayanan yang responsif. Pelayanan yang lambat berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan persepsi positif terhadap perusahaan.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan belum menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Buah Batu Bandung. Kondisi tersebut dapat terjadi karena konsumen coffee shop pada umumnya tidak hanya berorientasi pada kecepatan memperoleh produk, tetapi juga mencari pengalaman menikmati suasana tempat. Dalam beberapa kondisi, konsumen bersedia menunggu lebih lama selama kualitas produk yang diterima sesuai dengan harapan dan suasana yang ditawarkan tetap nyaman.

Selain itu, proses pembuatan minuman kopi membutuhkan tahapan tertentu untuk menjaga kualitas rasa dan penyajian produk. Oleh karena itu, konsumen mungkin memiliki toleransi terhadap waktu tunggu selama masih berada dalam batas yang wajar. Faktor tersebut menyebabkan kecepatan pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rizki Ayu Utari (2023) yang menyatakan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kecepatan pelayanan dapat berbeda tergantung pada karakteristik usaha dan ekspektasi pelanggan pada masing-masing objek penelitian.

3.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berbeda dengan hasil pengujian parsial, pengujian simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak terbentuk hanya dari satu aspek pelayanan, melainkan dari kombinasi berbagai aspek yang saling mendukung. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa nyaman dan kepercayaan kepada konsumen, sedangkan kecepatan pelayanan akan meningkatkan efisiensi dan kenyamanan selama proses pembelian. Ketika kedua aspek tersebut berjalan secara bersamaan, maka pengalaman pelanggan menjadi lebih baik dan mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Adli, Wijayanto, dan Farida (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan temuan tersebut memperkuat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun pada objek penelitian ini pengaruhnya secara parsial belum signifikan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 31,8% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki kontribusi dalam menjelaskan kepuasan konsumen, namun kontribusi tersebut masih tergolong sedang. Sementara itu, sebesar 68,2% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam

penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas produk, harga, lokasi, suasana coffee shop, promosi, citra merek, fasilitas pendukung, maupun pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dari perspektif manajerial, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa Coffee Shop Bagi Kopi Buah Batu Bandung perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan yang telah diterapkan. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan aspek-aspek lain yang berpotensi memberikan pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen, seperti inovasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, kenyamanan tempat, serta pengembangan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Dengan strategi tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum menjadi menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Demikian pula dengan kecepatan pelayanan yang menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek pelayanan dalam menilai kepuasan, tetapi juga memperhatikan faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga, suasana tempat, fasilitas pendukung, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Berbeda dengan hasil pengujian parsial, pengujian simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terbentuk melalui kombinasi berbagai aspek pelayanan yang saling mendukung dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pelayanan mampu menjelaskan sebesar 31,8% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 68,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, Coffee Shop Bagi Kopi Cabang Buah Batu Bandung disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diterapkan, sekaligus meningkatkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, inovasi menu, pengembangan fasilitas, penciptaan suasana nyaman, serta peningkatan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan menambahkan variabel lain yang relevan sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

References

- Adli, M. F., Wijayanto, A., & Farida, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Nako. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 321-331.
- Ari S, Widyastuti. N. U, & Ridlwan M. (2026). Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kalangan Gen Z Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 5(1), 167-175.
- Annisa, N., Husnurrofiq, H., & Kadir, A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Caffe Titik Koma Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 297-314.
- Hidayah, A. D. N., & Baehaqi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Cafe Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi Bike Gombang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 6(5), 754-769.
- Kotler, P. &. (2016). *Principles Of Marketing (Global Ed.)*. Pearson.
- Lina O, Dadan A. A. M, & Wildan G. P. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN JASA PT Citra Van Titipan Kilat (TIKI). (Studi Pada Pengguna Agen Gerai TIKI Kota Bandung). *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 1504-1518.
- Lestari, N. D. A., & Ali, M. M. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chemical Di Pt. Kimia Jaya Utama. *JEMSI (Jurnal Ekon. Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 643-653.
- Manullang, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Ramadhan, R. A., Suryaningprang, A., Ali, M. M., & Mubarak, D. A. A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Logistik Lalamove. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 1733-1744.
- Shony Azar, M. A., & Efendi, A. (2020). PENGARUH KECEPATAN LAYANAN DAN KERAMAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIRUMAH KOPI LAMONGAN. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 136-148.
- Safari, T. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.
- SAMPLING, T. P. (2021). Ika Lenaini. *JURNAL HISTORIS*, 6(1), 33-39.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tamtomo, H., Marsyaf, A., & Veronica, D. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE KOPI JANJI JIWA DI KOTA JAMBI: Studi Pada Pelanggan Cafe Kopi Janji Jiwa Cabang Sipin. *Jurnal Development*, 11(1), 19-28.
- Utari, R. A., Hendrawan, H., Haerudjaman, R., & Gumelar, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Coffe Shop Nurona Space Di Kota Bandung. *Jurnal Dimamu*, 2(2), 241-250.