

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE CETHE JEMBER

*(Effect On The Service Quality Towards Of Customer Satisfaction In Cafe Cethe
Jember)*

Petrus Dwi Setiawan, R. Andi Sularso, Adi Prasodjo
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember
Jl. Kalimantan 37, Jember 68121
e-mail: petruz.shan12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode angket/kuesioner dan metode wawancara. Alat untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial/statistik yaitu dengan menggunakan analisis garis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variable kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe yaitu sebesar $F_{hitung} = 46,901 > F_{tabel} = 2,427$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Selain itu, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Abstract

This study was conducted to determine the effect of service quality that consists of variable tangibles, empathy, responsiveness, assurance, and reliability simultaneously and partially towards customer satisfaction at Cafe Cethe. The samples in this study using purposive sampling method, as many as 50 respondents. Data collection methods used consisted of a questionnaire and interview methods. Tools to test the research instrument validity and reliability test. Analysis of the data used is inferential analysis / statistical analysis using multiple linear regression line, the classical assumption test, and test hypotheses consisting of F test and t test. The results showed that there was a significant effect of variable quality of service that consists of tangibles, empathy, responsiveness, assurance, and reliability simultaneously and partially on customer satisfaction at Cafe Cethe in the amount of $F = 46.901 > F_{table} = 2.427$ with a significance level of $F = 0,000 < \alpha = 0.05$. In addition, the variable quality of service that consists of tangibles, empathy, responsiveness, assurance, and reliability partially affects customer satisfaction at Cafe Cethe.

Keywords: Quality of Service and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Organisasi bisnis jasa yang mempunyai perhatian besar pada kepuasan konsumen, banyak memfokuskan pada mempekerjakan dan melatih personel-personel jasa yang terampil, berpengetahuan dan menarik. Namun, pendekatan tersebut tidaklah cukup, hal ini dikarenakan konsumen tidak hanya mengutamakan kualitas tetapi juga mengutamakan kecepatan dalam pelayanan. Semakin besar porsi waktu yang dialokasikan bagi karyawan untuk bekerja, maka membuat waktu tunggu konsumen menjadi berkurang.

Konsumen semakin cenderung tidak memiliki toleransi untuk menunggu pada antrian dalam waktu yang lama (Parasuraman, 1993:44).

Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008:33). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dapat dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan. Persepsi konsumen terhadap pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat yang dapat berupa barang ataupun jasa. Produk menjadi instrumen vital untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan

modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk terus menerus.

Kualitas pelayanan adalah perbaikan layanan yang terus menerus, di mana perbaikan kualitas akan mengurangi biaya. Para manager memiliki kepercayaan yang tinggi pada pemberdayaan pekerja untuk memecahkan masalah, dan memberikan kepada manajemen peralatan yang tepat. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi para pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

(dalam Simamora, 2001:186) memberikan lima dimensi kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Adanya *service quality* ini dapat dipantau, apakah kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Selain itu, dalam usaha menghadapi persaingan, perusahaan harus memiliki strategi yang lebih baik dibanding pesaing yang sudah ada. Salah satu perusahaan yang melakukan strategi guna menghadapi persaingan adalah Cafe Cethe Jember.

Cafe Cethe Jember merupakan salah satu kafe yang ada di Jember tepatnya di Jalan Sumatera no. 128 yang menawarkan segala produk dalam bentuk minuman seperti jus, kopi, makanan ringan, dan lain-lain. Akan tetapi produk utama yang ditawarkan pada Cafe Cethe tersebut adalah kopi. Pada Cafe Cethe memberikan suatu pelayanan dalam bentuk jasa dan produk yang berbeda dengan cafe yang lainnya, yaitu adanya kemampuan pihak Cafe Cethe dalam melukis dengan menggunakan Cethe (ampas) kopi, serta mengajarkan kepada konsumen bagaimana cara melukis dengan menggunakan cethe pada kopi tersebut.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu Café Cethe Jember perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya, agar pelanggan tidak pindah ke kafe yang lainnya. Adanya penilaian yang positif dari pelanggan terhadap Cafe Cethe akan membuat pelanggan tersebut tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia pada Cafe Cethe. Citra Cafe Cethe sedikit banyak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe tersebut. Oleh karena itu pada Cafe Cethe Jember harus tetap mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Keberhasilan strategi pemasaran suatu usaha dapat dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun, untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Adapun indikator dari kepuasan konsumen adalah dengan melakukan pembelian secara berulang dan adanya rekomendasi kepada orang lain mengenai Cafe Cethe tersebut.

Adanya kepuasan pelanggan ternyata juga dapat mempengaruhi omset konsumen jasa pada Cafe Cethe Jember tersebut. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan datang melakukan pembelian ulang pada Cafe Cethe Jember tersebut yang berarti tingkat permintaan akan produk juga akan mengalami peningkatan. Akan tetapi jika konsumen tidak puas dengan tingkat pelayanan yang ada di Cafe Cethe tersebut, maka konsumen akan enggan datang ke Cafe Cethe tersebut, sehingga omset penjualannya akan mengalami penurunan. Selain itu, konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang ada di Cafe Cethe Jember tersebut, maka konsumen tersebut akan menceritakan kepada konsumen lain tentang keburukan pelayanan maupun produk yang mereka dapatkan, sehingga dapat menimbulkan citra buruk di kalangan para konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini ialah: Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Café Cethe Jember.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa pada data yang sama. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode angket/kuesioner dan metode wawancara. Alat untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial/statistik yaitu dengan menggunakan analisis garis regresi linier berganda yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$$

Selanjutnya, yaitu dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas dan heterokedastisitas. Sedangkan uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel variabel bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe Jember dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{\text{reg}} = \frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))}$$

Untuk uji mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 yang datang lebih dari 1 kali di Cafe Cethe Jember. Berdasarkan hasil penyebaran angket diperoleh informasi mengenai gambaran umum responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan frekuensi pembelian. Informasi tersebut disajikan sebagai berikut.

Responden Menurut Jenis Kelamin

Pengklasifikasian responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Menurut Jenis

Kelamin			
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	42	84 %
2	Perempuan	8	16 %
	Jumlah	50	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 50 responden yang merupakan konsumen pada Cafe Cethe Jember yang paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 42 responden atau sebesar 84%. Sedangkan untuk perempuan hanya sebanyak 8 orang atau 16%. Berdasarkan jumlah tersebut dapat diketahui bahwa yang sering berada pada Cafe Cethe Jember adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan pada Cafe Cethe Jember lebih banyak diminati oleh kaum laki-laki, serta pada Cafe Cethe Jember merupakan salah satu tempat tongkrongan yang banyak diminati oleh kaum laki-laki.

a. Responden Menurut Usia

Responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan usia responden, adapun rincian tingkat usia responden dalam hasil penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1.	17 – 23 tahun	20	40 %
2.	24 – 30 tahun	22	44 %
3.	31 – 38 tahun	8	16 %
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa dari 50 responden yang merupakan konsumen pada Cafe Cethe Jember, yang paling banyak berkunjung pada

Cafe Cethe Jember tersebut adalah responden yang memiliki umur berkisar antara 22 - 30 tahun yaitu 22 responden atau sebanyak 44%. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut merupakan konsumen yang sudah cukup dewasa, yang mana mereka memilih untuk berkunjung pada Cafe Cethe Jember untuk bersantai dan mencari hiburan serta untuk mencari teman nongkrong. Selain itu, pada usia tersebut banyak dari responden yang mulai menuju masa transisi kedewasaan, sehingga mereka lebih banyak tertarik untuk mengunjungi cafe-cafe sebagai tempat mereka nongkrong.

b. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkat pendidikan responden, adapun rincian tingkat pendidikan responden dalam hasil penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
1	SMA	3	6 %
2	Mahasiswa	24	48 %
3	Sudah Bekerja	23	46 %
	Jumlah	89	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 50 responden yang berkunjung di Cafe Cethe Jember paling banyak adalah responden yang masih dalam status mahasiswa yaitu sebanyak 24 konsumen atau sebesar 48%. Untuk responden yang memiliki status sebagai pelajar SMA sebanyak 3 responden atau sebanyak 6%, sedangkan untuk responden yang sudah bekerja yaitu sebanyak 23 responden atau sebanyak 46%. Banyaknya responden pada Cafe Cethe Jember yang berumur yang masih mahasiswa dikarenakan letak Cafe Cethe Jember memang dekat dengan daerah kampus UNEJ, UNMUH, MANDALA, dan lain-lain jember, sehingga banyak dari konsume mahasiswa ataupun yang baru bekerja.

c. Responden Menurut Tingkat Pembelian

Responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan frekuensi pembelian responden yaitu berapa kali konsumen melakukan pembelian pada Cafe Cethe Jember tersebut. Adapun rincian tingkat pembelian responden dalam hasil penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Frekuensi Pembelian

No	Tingkat Frekuensi Pembelian	Jumlah	Prosentase (%)
1	2 – 5 kali	12	24 %
2	6 – 9 Kali	20	40 %

No	Tingkat Frekuensi Pembelian	Jumlah	Prosentase (%)
3	>10 Kali	18	36 %
	Jumlah	89	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 50 responden yang datang pada Cafe Cethe Jember dan menjadi responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki frekuensi pembelian sebanyak 6 – 9 kali yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 40%. Mayoritas responden dalam penelitian ini sering datang pada Cafe Cethe Jember bahkan sudah menjadi pelanggan pada Cafe Cethe Jember tersebut. Hal ini dikarenakan pada Cafe Cethe Jember memang banyak menarik banyak konsumen, serta banyak konsumen yang merasa betah jika nongkrong pada malam hari di kafe tersebut.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat diketahui bahwa pada uji asumsi klasik tidak terjadi multikolinieritas dan bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk uji hipotesis yang terdiri dari uji F dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel Untuk Uji F

Variabel	F _{Hitung}	F _{Tabel}	Sig. F	α
X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄ , X ₅ terhadap Y	46,901	2,427	0,000	0,05

Sumber : Data diolah 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 46,901 > F_{tabel} = 2,427$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara simultan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe Jember. Untuk hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

- Pada variabel X₁ nilai $t_{hitung} = 3,054$ $t_{tabel} = 2,009$. Artinya adalah variabel bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Pada variabel X₂ nilai $t_{hitung} = 2,608$ $t_{tabel} = 2,009$. Artinya adalah variabel empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Pada variabel X₃ nilai $t_{hitung} = 3,831$ $t_{tabel} = 2,009$. Artinya adalah variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Pada variabel X₄ nilai $t_{hitung} = 2,524$ $t_{tabel} = 2,009$. Artinya adalah variabel jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Pada variabel X₅ nilai $t_{hitung} = 3,697$ $t_{tabel} = 2,009$. Artinya adalah variabel kehandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Bersama-Sama

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa seluruh variabel pada kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak Cafe Cethe kepada konsumen dapat menilai kualitas pelayanan pada Cafe tersebut. Dimana jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Akan tetapi jika pelayanan yang diberikan pihak Cafe kurang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen tidak akan merasa puas. Adanya rasa puas yang dirasakan oleh konsumen yang datang pada Cafe Cethe menandakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Cafe Cethe tersebut telah berhasil dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen cenderung untuk kembali nongkrong pada Cafe Cethe tersebut.

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Cafe Cethe dapat dilihat dari tempat yang nyaman, pihak Cafe yang selalu peduli terhadap kebutuhan konsumen, ketanggapan pihak Cafe dalam melayani konsumen, jaminan keamanan Cafe, dan keandalan pihak Cafe dalam melayani konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yopiana L.V (2005) yang menjelaskan bahwa pelayanan jasa yang meliputi: variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Jember Alun-alun.

Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:192) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Jadi, hal yang terpenting dalam suatu usaha jasa adalah kualitas pelayanan dalam bentuk jasa yang hendak diberikan kepada pelanggan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Yazid (2008:102) yang menyatakan bahwa setiap organisasi jasa bisa memilih satu dari lima dimensi kualitas jasa (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian) dalam mengembangkan posisinya yang efektif.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang diajukan yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel variabel bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe Jember diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Cethe Jember.

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial kualitas pelayanan (terdiri dari bukti fisik, empati, daya tanggap, jaminan,

dan keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Cethe Jember. Pada dimensi bukti fisik (*tangible*), para konsumen pada Cafe Cethe Jember merasa puas karena tempat pada kafe tersebut dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen. Hal ini dikarenakan fasilitas dan peralatan yang digunakan pada Cafe Cethe lengkap dan pegawai pada Cafe Cethe penampilan bersih dan menarik. Sehingga dengan adanya hal tersebut konsumen akan merasa nyaman dan betah untuk terus datang pada Cafe Cethe tersebut.

Jadi, dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik pada penelitian ini lebih memfokuskan pada tempat/lokasi Cafe Cethe tersebut berada. Akan tetapi, ada kalanya konsumen akan menilai penampilan fisik karyawan pada Cafe Cethe tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2003:58) yang menjelaskan bahwa selain gedung dan peralatan, konsumen akan menilai seragam dan penampilan fisik karyawan karena hal itu akan memberi impresi yang positif. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yopiana L.V (2005) yang menjelaskan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Jember Alun-alun.

Untuk dimensi empati, banyak konsumen yang juga merasa puas dikarenakan adanya rasa kepedulian yang ditunjukkan oleh pihak Cafe Cethe Jember tersebut. Hal ini dibuktikan dari pihak Cafe Cethe dapat memberikan perhatian penuh kepada kebutuhan dan kepentingan konsumen, dapat memahami perasaan, keinginan dan kebutuhan konsumen, mampu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, dan mampu memberikan bantuan terhadap kesulitan yang dialami konsumen.

Untuk variabel empati dalam penelitian ini lebih menekankan pada kesediaan karyawan dalam melayani konsumen, serta memberikan perhatian yang penuh kepada konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler (dalam Alma, B, 2000:231) yang menyatakan bahwa empati adalah kesediaan karyawan untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Dimana dengan adanya empati yang dimiliki oleh pihak Cafe Cethe dapat memberikan rasa senang dan puas kepada para konsumen. Hal ini dikarenakan dengan adanya empati pada pihak Cafe Cethe pada saat melayani konsumen, konsumen akan merasa diperhatikan atas segala kebutuhannya.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dapat dilihat dari pihak cafe dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai jasa layanannya dengan baik, mampu memberikan penjelasan mengenai jasa layanannya dengan baik dan tanggap, dan pihak cafe bersedia memberikan bantuan terhadap kesulitan yang dihadapi oleh konsumen. Sehingga konsumen merasa puas dan memutuskan untuk datang lagi ke kafe tersebut pada lain waktu. Daya tanggap ini merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pihak Cafe Cethe. Hal ini dikarenakan dengan adanya daya tanggap yang dimiliki oleh pihak Cafe Cethe tersebut, maka konsumen akan merasa diperhatikan

dan dilayani dengan baik. Dimana variabel daya tanggap tersebut merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Angga Budie Leksana (2006) yang menjelaskan bahwa Variabel ketanggapan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pada dimensi jaminan (*Assurance*), menekankan pada kebijaksanaan pihak Cafe Cethe dalam memberikan rasa aman, bebas dari resiko atau keragu-raguan kepada konsumen. Sehingga dengan adanya jaminan yang diberikan oleh pihak Cafe Cethe tersebut, para konsumen yang datang pada Cafe Cethe Jember tersebut merasa puas. Hal ini dikarenakan adanya fasilitas bonus yang diartikan oleh pihak Cafe Cethe, pihak cafe memberikan rasa nyaman dan aman baik pada saat pengerjaan maupun dalam melakukan layanan, dan adanya ganti rugi dari pihak kafe apabila terdapat kesalahan dalam pelayanan. Dimana dengan adanya sesuatu yang dijanjikan oleh pihak Cafe Cethe Jember kepada konsumen, maka konsumen akan merasa aman jika berada pada Cafe Cethe tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Yazid (2008:103) yang menjelaskan bahwa jaminan mencakup kehandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa dan kredibilitas.

Sedangkan untuk dimensi kehandalan (*Reliability*), lebih menekankan pada suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Adanya keandalan yang dimiliki oleh pihak penyedia produk/jasa, maka konsumen akan merasa senang dan puas setelah membeli produk/jasa pada penyedia jasa tersebut. Dimana kehandalan yang dapat diberikan oleh pihak Cafe Cethe tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan sesuai dengan promosi yang dilakukan pihak Cafe, pelayanan administrasi yang dilakukan dengan cermat dan cepat, sehingga jarang mengalami kesalahan, dan para pegawai pada Cafe Cethe ramah dan sopan saat melayani konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam hal ini konsumen yang datang pada Cafe Cethe Jember dirasakan semakin meningkat. Sehingga pihak Cafe Cethe Jember semakin meningkatkan mutu kualitas pelayanannya guna untuk terus meningkatkan kepuasan konsumennya. Hal ini dimaksudkan untuk terus meningkatkan jumlah pelanggan yang ada pada Cafe Cethe Jember tersebut.

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan bab sebelumnya, dapat diperoleh beberapa kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variable kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan

(*reliability*) secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe. Selain itu, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kepedulian (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan keandalan (*reliability*) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Cethe.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah : 1) Penelitian ini diorientasikan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Cethe Jember; 2) Responden didalam penelitian ini hanya berjumlah 50 orang sebagai responden didalam penelitian.

Ucapan Terima Kasih

“Penulis mengucapkan terimakasih kepada manajemen Cafe Cethe Jember sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik”

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta.
- Irawan, H. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P dan Amstong, G. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of marketing)*. Jakarta : prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Parasuraman. 1993. *Perilaku Konsumen. Edisi Kelima*. Jakarta : Prenhallindo.
- Simamora, H. 2001. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*. Jakarta: Salemba Empat.
- Angga, Tri B.L. 2006. “Kualitas Layanan Jasa Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Pada Objek Tanjung Papuma Jember” *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.
- Yopyana, LV. 2005. “Analisis Variabel Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Pengguna Kredit Multiguna Pada Bank Mandiri Cabng Jember Alun-Alun”. *Tesis*. PS Magister Manajemen, Pascasarjana Universitas Jember.

