

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisa Data

5.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik subjek penelitian diperoleh dari data diri atau identitas subjek yang tercantum pada skala yang terkumpul pada penelitian ini dengan jumlah responden adalah 100 orang. Data diri terdiri dari Usia, Jenis Kelamin, dan Pekerjaan.

- a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin *Table 1*

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	71	71.0	71.0	71.0
	Perempuan	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan Tabel 5.1 diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 100 orang terbagi menjadi 2 bagian yaitu menjadi 71 orang laki-laki dengan presentase 71% dan perempuan sebanyak 29 orang dengan presentase 29%. dengan demikian, mayoritas konsumen yang membeli di Yabie Kopi adalah laki-laki.

- b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 5.2 Responden berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-25	71	71.0	71.0	71.0
	26-33	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

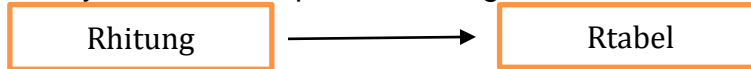
Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, dapat dijelaskan bahwa responden berdasarkan usia sebanyak 100 orang/konsumen yang membeli di yabie kopi terbagi menjadi 2 bagian rentan usia yaitu 71 orang untuk rentan usia 19-25 tahun dengan presentase sebesar 71% dan 29 orang untuk rentan usia 26-33 tahun dengan presentase 29%. Dengan demikian mayoritas yang membeli di Yabie Kopi berusia produktif dengan rentan usia 19-25 tahun.

5.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner di nyatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$



Hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas

Variabel Dimensi Kualitas Layanan (X)	No. Butir	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
<i>Tangible (X)</i>	X1.1	0,605	0.1638	Valid
	X1.2	0,630		Valid
	X1.3	0,578		Valid
	X1.4	0,633		Valid
<i>Reliability (X)</i>	X2.1	0,722	0.1638	Valid
	X2.2	0,678		Valid
	X2.3	0,692		Valid
	X2.4	0,545		Valid
<i>Responsiveness (X)</i>	X3.1	0,687	0.1638	Valid
	X3.2	0,647		Valid
	X3.3	0,602		Valid
	X3.4	0,653		Valid
<i>Assurance (X)</i>	X4.1	0,655	0.1638	Valid
	X4.2	0,627		Valid
	X4.3	0,625		Valid
<i>Empathy (X)</i>	X5.1	0,703	0.1638	Valid
	X5.2	0,617		Valid
	X5.3	0,594		Valid

Variable Kepuasan Pelanggan (Y)	No. Butir	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	Y1.1	0,531	0.1638	Valid
	Y1.2	0,546		Valid
Harga	Y2.1	0,748	0.1638	Valid
	Y2.2	0,566		Valid
	Y2.3	0,683		Valid
Kualitas Pelayanan	Y3.1	0,627	0.1638	Valid
	Y3.2	0,565		Valid
Faktor <i>Emosional</i>	Y4.1	0,695	0.1638	Valid
	Y4.2	0,654		Valid
Biaya	Y5.1	0,606	0.1638	Valid

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Dari tabel 5.3 diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan atau indikator untuk mengatur variabel penelitian ini mempunyai koefisiensi korelasi yaitu nilai Rhitung (tabel pada kolom *Cronbach's alpha*) yang lebih besar dari Rtabel yaitu 0.1638, sehingga seluruh indikator atau item pernyataan dikatakan valid. Pertanyaan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. hal ini menandakan bahwa setiap item pertanyaan pada kuesioner tersebut valid atau terbukti akurat.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji *statistic Cronbach's alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Tangible</i> (X1)	0.661	Reliabel
	<i>Reliability</i> (X2)	0.690	Reliabel
	<i>Responsiveness</i> (X3)	0.697	Reliabel
	<i>Assurance</i> (X4)	0.612	Reliabel
	<i>Empathy</i> (X5)	0.636	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.799	Reliabel

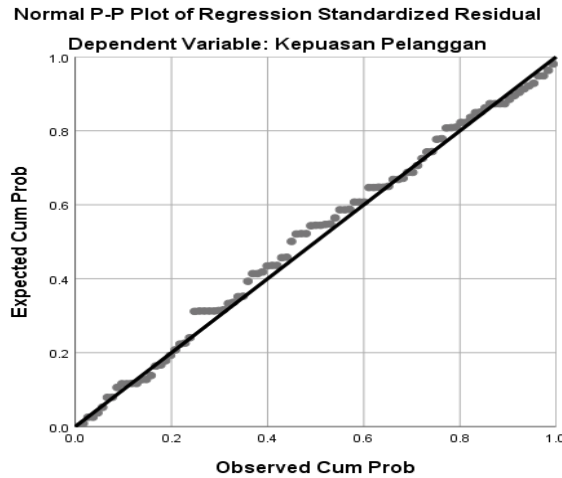
Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 5.4 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Maka setiap variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

5.3 Uji Asumsi Klasik

5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dan data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *asym.sig* memiliki nilai yang lebih besar dari nilai alpha 0.05. hasil dari uji normalitas tersebut disajikan pada tabel yaitu sebagai berikut ini:



Gambar 5 1 P-P Plot

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan gambar P-P Plot diatas dapat di simpulkan bahwa distribusi data berada di garis diagonal. Dari gambar diatas menunjukkan sebuah pola berdistribusi normal maka dapat dikatakan bahwa data penelitian memenuhi uji normalitas.

Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61684307
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.030
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jika nilai signifikan pada *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 200 dan lebih besar dari nilai alpha 0.05. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi adanya masalah multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, yaitu VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$)

Nilai cut off yang dipakai untuk menandai adanya faktor-faktor multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Model regresi yang baik tidak terdapat masalah multikolinieritas atau adanya hubungan korelasi di antara variabel-variabel independennya. Hasil pengujian multikolinieritas, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 5.6 Hasil Uji Multikolinieritas

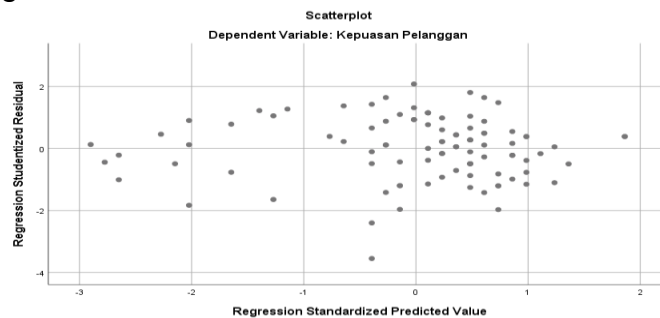
No	Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	<i>Tangible</i>	.391	2.554	Tidak terjadi Multikolinieritas
2	<i>Reliability</i>	.399	2.506	Tidak terjadi Multikolinieritas
3	<i>Responsiveness</i>	.402	2.490	Tidak terjadi Multikolinieritas
4	<i>Assurance</i>	.437	2.287	Tidak terjadi Multikolinieritas
5	<i>Empathy</i>	.465	2.149	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Dari hasil penelitian uji multikolinieritas dapat di simpulkan bahwa tidak ada terjadi multikolinieritas antara variabel bebas pada penelitian ini, karna nilai dari *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan ke pengolahan data selanjutnya

5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan, atau yang lain. Pengujian heteroskedastisitas ini dilakukan dengan menggunakan *scatter plot*, dengan ketentuan apabila titik-titik berada diatas dan dibawah titik nol maka tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada gambar 5.2 berikut ini:



Gambar 5 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan gambar dengan menggunakan *scatter plot* dapat dilihat jika titik-titik berada menyebar di atas dan di bawah titik nol dan tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

5.3.4 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah:

- Jika nilai probabilitas > 0.05 maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linier.
- Jika nilai probabilitas < 0.05 maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linier.

Tabel 5.8 Hasil Uji Linieritas

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1152.081	1	1152.081	166.523	.000 ^b
	Residual	671.091	99	6.918		
	Total	1823.172	100			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Hasil analisis di tabel 5.8 di atas menunjukkan bahwa pada tabel ANOVA harga F sebesar 166.523 dengan signifikan 6.918, maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan $\geq \alpha$ ($6,918 \geq 0.05$) maka dari hipotesis yang diberikan, diterima. Artinya kedua data saling berhubungan secara linier.

5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengujian ini dapat diketahui pengaruh dari Kualitas Layanan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang telah dilakukan oleh para konsumen Yabie Cafe. Di bawah ini tabel hasil analisis regresi linier berganda yakni:

Tabel 5.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.475	2.563		3.696	.000
	<i>Tangible</i>	.259	.221	.117	1.175	.243
	<i>Reliability</i>	.281	.198	.140	1.418	.160
	<i>Responsiveness</i>	.471	.209	.222	2.258	.026
	<i>Assurance</i>	.563	.254	.209	2.221	.029
	<i>Empathy</i>	.655	.233	.256	2.811	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Pada tabel yang tersedia diatas, merupakan hasil yang didapati dari SPSS versi 25 dengan penggunaan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 9.475 + 0.259 (\textit{Tangible}) + 0.281 (\textit{Reliability}) + 0.471 (\textit{Responsiveness}) + 0.563 (\textit{Assurance}) + 0.655 (\textit{Empathy}) + e$$

Adapun model persamaan regresi diatas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 9.475

Hasil ini menunjukkan nilai konstanta 9.475 yang artinya Kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) berada pada kondisi yang konstan maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 9.475.

2. *Tangible* (X_1)

Koefisien X_1 (b_1) = 0,117 memiliki nilai positif dan regresi *tangible* adalah 0.259 dan bernilai positif yang artinya dengan meningkatnya variable *tangible* maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Café Yabie Kopi sebesar 0.259.

3. *Reliability* (X_2)

Koefisien X_2 (b_2) = 0,140 memiliki nilai positif dan regresi *reliability* adalah 0.281 dan bernilai positif yang artinya dengan meningkatnya variable *reliability* maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Café Yabie Kopi sebesar 0.281.

4. *Resvonsiveness* (X_3)

Koefisien X_3 (b_3) = 0,222 memiliki nilai positif dan regresi *responsiveness* adalah 0.471 dan bernilai positif yang artinya dengan

meningkatnya variable *responsiveness* maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Café Yabie Kopi sebesar 0.471.

5. *Assurance* (X4)

Koefisien X_4 (b_4) = 0,209 memiliki nilai positif dan regresi *assurance* adalah 0.563 dan bernilai positif yang artinya dengan meningkatnya variable *assurance* maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Café Yabie Kopi sebesar 0.563.

6. *Empathy* (X5)

Koefisien X_5 (b_5) = 0,256 memiliki nilai positif dan regresi *empathy* adalah 0.655 dan bernilai positif yang artinya dengan meningkatnya variable *empathy* maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Café Yabie Kopi sebesar 0.655.

5.5 Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis di uji dalam SPSS dengan tujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Café Yabie Kopi di Jl. Tuamang No.2A, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Sumatera Utara.

5.5.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menyimpulkan seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Besaran signifikan 5% (0,05), jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y, jika signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel X tidak mempengaruhi variabel Y dengan ketentuan:

$$T_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2} (n - k - 1) = \frac{0,10}{2} (100 - 5 - 1) = 0,05 ; 94 = 1.66123$$

Keterangan:

α = tingkat kepercayaan

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Tabel 5.10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.475	2.563		3.696	0.000
	Tangible	.259	.221	.117	1.175	0.243
	Reliability	.281	.198	.140	1.418	0.160
	Resposiveness	.471	.209	.222	2.258	0.026
	Assurance	.563	.254	.209	2.221	0.029
	Empathy	.655	.233	.256	2.811	0.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari uji di atas dapat dilihat Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai koefisiensi

1. Variabel *Tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dari *Tangible* tidak berpengaruh $1.175 < t$ tabel sebesar 1.66123 dan tidak signifikan $0,243 >$ dari 0,05. terhadap kepuasan pelanggan, maka dengan demikian Hipotesis pertama (H_{a1}) **ditolak**.
2. Variabel *Reliability* (keandalan) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dari *Reliability* tidak berpengaruh $1.418 < t$ tabel sebesar 1.66123 dan tidak signifikan $0,160 >$ dari 0,05 terhadap kepuasan pelanggan, maka dengan demikian Hipotesis kedua (H_{a2}) **ditolak**.
3. Variabel *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kesimpulan ini dapat dilihat dari t hitung $2.258 >$ t tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikansi variabel sebesar $0,026 >$ dari 0,05, maka dengan demikian Hipotesis ketiga (H_{a3}) **diterima**.
4. Variabel *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kesimpulan ini dapat dilihat dari t hitung $2.221 >$ t tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikansi variabel sebesar $0,029 >$ dari 0,05, maka dengan demikian Hipotesis keempat (H_{a4}) **diterima**.
5. Variabel *Empathy* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kesimpulan ini dapat dilihat dari t hitung $2.811 >$ t tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikansi variabel sebesar $0,006 >$ dari 0,05, maka dengan demikian Hipotesis kelima (H_{a5}) **diterima**.

5.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi dengan variabel dependen dan variabel independent mempunyai pengaruh secara signifikan. Hasil uji F didapatkan hasil sebagai berikut:

$$df1 = k - 1, \text{ maka } df1 = 6 - 1 = 5$$

$$df2 = n - k, \text{ maka } df2 = 100 - 6 = 94$$

$$\text{maka } f \text{ tabel dengan } \alpha = 0,05\% = 3,94$$

Keterangan: α = tingkat kepercayaan Uji F

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Tabel 5.10 Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1167.442	5	233.488	33.115	.000 ^b
	Residual	655.730	94	7.051		
	Total	1823.172	100			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Assurance*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Tangible*

Dalam penelitian ini diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,94 dan F_{hitung} sebesar 33.115. Sehingga dengan membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , maka didapatkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($33.115 > 3.94$). Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas kayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Sumatera Utara.

5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menjelaskan untuk pengukuran besarnya pengaruh dari variabel independen (X) yang terdiri dari lima dimensi diantaranya ialah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dalam menerangkan variabel dependen kepuasan pelanggan.

Tabel 5. 11 Uji Determinan (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.628	2.630

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Kuesioner Yabie Kopi (data dikumpulkan desember 2022)

Berdasarkan uji diatas bahwa nilai R^2 (*R Square*) didapati sebesar 0.632 yang menyatakan bahwa presentase pengaruh variabel independen (Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) yang sebesar 63.2% sedangkan sisanya 36.8% tidak dijelaskan atau tidak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijadikan sebagai pernyataan pada penelitian ini.

5.6 Pembahasan

Kajian dalam penelitian di uji untuk memberikan kualitas layanan terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan, pelayanan ini di uji dengan teori parasuraman dengan unsur dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dan teori Kotler dan Keller (2015) dengan dimensi kualitas produk, kualitas layanan, Faktor *emosional*, harga, dan kemudahan dari kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A. Adapun karakteristik responden yang di dapat dalam penelitian ini iyalah pelanggan yang pernah bertransaksi dan berkunjung di Yabie Kopi. Presentase responden berdasarkan gander dengan jumlah responden 100 orang laki-laki mencapai 70% dan sisanya adalah wanita 30%.

1. Pengaruh variabel *Tangible* (bukti fisik) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dapat di lihat dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel dari *Tangible* tidak berpengaruh $1.175 < t$ tabel sebesar 1.66123 dan tidak signifikan $0,243 >$ dari 0,05. terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A. Maka dari hasil temuan penelitian ini dapat disimpulkan pelanggan kurang puas dengan *design interior*, *eksterior*, suasana, *furniture*, fasilitas dan kerapian karyawan yang dimiliki Café Yabie Kopi.
2. Pengaruh variabel *Reliability* (keandalan) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dapat dilihat dari regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel dari *Reliability* tidak berpengaruh $1.418 < t$ tabel sebesar 1.66123 dan tidak signifikan $0,160 >$ dari 0,05 terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A. Maka dari hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa dimensi keandalan yang diterapkan Yabie Kopi yang menjadi kekuatan untuk memberikan kepuasan pelanggan tidak berjalan dengan efektif, dimana mereka tidak memberikan keramahan, kesopanan dengan baik dan kurang memberikan informasi dengan baik dan jelas.
3. Pengaruh variabel *Responsiveness* (daya tanggap) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari t hitung $2.258 >$ t tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikan variabel sebesar $0,026 <$ dari 0,05 terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A. Dari hasil temuan ini dapat dilihat daya tanggap memberikan nilai yang positif yang berarti karyawan Yabie Kopi sangat memperhatikan setiap aspek kebutuhan dan keluhan pelanggan,

merespon pelanggan dengan sigap dan memberikan pesanan secara akurat.

4. Pengaruh variabel *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kesimpulan ini dapat dilihat dari t hitung $2.221 > t$ tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikansi variabel sebesar $0,029 >$ dari $0,05$ terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A.
5. Pengaruh variabel *Empathy* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini dapat dilihat dari t hitung $2.811 > t$ tabel sebesar 1.66123 dan tingkat signifikansi variabel sebesar $0,006 >$ dari $0,05$ terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A.
6. Kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi diantaranya *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* berdasarkan uji F berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa F hitung $33.115 >$ dari F tabel $3,94$ dan tingkat signifikan $0,000 <$ $0,05$ terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini di uji untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan dengan teori parasuraman tahun 2015 dengan lima dimensi dari kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* dan teori ini yang digunakan sebagai ukuran kualitas layanan di Café Yabie Kopi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji kuantitatif yang mana pengolahan data di ambil berdasarkan sampel pengunjung yang pernah berkunjung ke Café Yabie Kopi dan penelitian ini di olah menggunakan SPSS. Dan dari temuan yang sudah di kumpulkan dan diolah dapat di tarik kesimpulan berikut ini:

Berdasarkan penelitian Kualitas layanan dari 5 dimensi variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap Kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabi Kopi Jl. tuamang No.2A, artinya *Tangible* (bukti fisik) bukan variabel yang benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi.
2. *Reliability* (keandalan) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabi Kopi Jl. tuamang No.2A, artinya *Reliability* (keandalan) bukan variabel yang benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabi Kopi Jl. tuamang No.2A, artinya *Responsiveness* (daya tanggap) variabel yang benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi.
4. *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabi Kopi Jl. tuamang No.2A, artinya *Assurance* (jaminan) variabel yang benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi.
5. *Empathy* (empati) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabi Kopi Jl. tuamang No.2A, artinya *Empathy* (empati) variabel yang memiliki berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi.
6. Kualitas layanan terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A. Kualitas layanan berpengaruh secara simultan sebesar 63,2% sedangkan 36,8% sisanya dapat dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

6.2. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang berjudul **Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Yabie Kopi (Studi kasus Jl. Tuamang No.2A)**. Adapun saran yang dapat diberikan nantinya menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi café dalam memberikan pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan. Peneliti mengambil saran berdasarkan penelitian tentang analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dari hasil penelitian itu terlihat bahwa dimensi dari kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, terdapat 2 dimensi yang memiliki nilai yang kurang berpengaruh signifikan diantaranya yaitu dimensi *tangible* dan *reliability*. Maka dengan itu peneliti memberikan saran yang tepat yang dapat diterapkan terhadap Café Yabie Kopi yaitu:

1. Pada Variabel *Tangible* (bukti fisik) ada upaya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A iyalah:
 - a. *Upgrade* dan berinovasi dalam dekorasi interior dan tata ruang.
Tangible (bukti fisik) merupakan suatu aset yang menjadi pondasi dalam menarik ketertarikan pelanggan untuk berkunjung, karena tata ruang yang indah menjadi hal pertama yang di pikirkan pelanggan dalam berkunjung. Maka dari itu Café Yabie Kopi harus melakukan inovasi terhadap fasilitas ruangan dekorasi dan interior dalam menampilkan pandangan yang elegan sehingga dapat membuat pelanggan tertarik untuk berkunjung dan dapat kepuasan serta nyaman yang lebih untuk meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan yang datang. Contohnya seperti, fasilitas yang memadai tata ruang yang indah dan dekorasi (*design*) yang *modern*.
 - b. Menyediakan fasilitas yang memadai.
Pelanggan kerap kali memperhatikan fasilitas yang dimiliki café dalam berkunjung, mereka melihat kebersihan, kelengkapan dan fasilitas yang dimiliki café. Maka dari itu Café Yabie Kopi harus memperhatikan kebersihan ruangan kelengkapan fasilitas dan fitur yang bagus.
Contohnya seperti Kerapian meja, kursi, kebersihan ruangan, kelengkapan fasilitas dan fitur fisik yang estetik.
2. Pada Variabel *Reliability* (keandalan) adapun upaya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Café Yabie Kopi Jl. Tuamang No.2A iyalah:
 - a. Karyawan wajib memberikan layanan dan perhatian yang terbaik kepada pelanggan dengan memberikan informasi dengan tepat dan akurat terhadap menu dan *value* (nilai) yang dimiliki, Karyawan tanggap dalam menangani masalah dan keluhan dari

pelanggan, dan memberikan pelayanan yang tepat waktu terhadap pesanan pelanggan.

3. Pada hasil penelitian variabel Responsiveness (daya tanggap) menunjukkan hasil yang positif artinya Café Yabie Kopi harus mempertahankan dan juga meningkatkan lebih jauh dari segi pelayanan karyawan demi memuaskan keinginan dan kenyamanan pelanggan seperti memberikan pelayanan yang cepat, memberikan informasi dan menerima informasi dengan akurat.
4. Pada variabel Assurance (jaminan) memperlihatkan hasil pelayanan yang positif untuk itu Café Yabie Kopi juga harus mempertahankan keunggulannya dari segi Assurance (jaminan) dengan memberikan kopi yang berkualitas seperti biji kopi yang unggul dan juga memberikan kemasan/cup atau penyajian yang bersih dan tidak berbahaya.
5. Pada variabel Empathy (empati) memperlihatkan hasil pelayanan yang bernilai positif untuk itu Café Yabie Kopi juga harus mempertahankan trend positif ini guna memberikan kepuasan pelanggan dengan semakin meningkatkan lagi pengetahuan kepada setiap karyawan untuk memberikan pelatihan atau peraturan dalam melihat kekurangan yang dirasakan pelanggan yang sedang berkunjung.