

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Manjo Kopi di Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara

Apriliani Tamara Lies Mumbunan,
Lucky F. Tamengkel,
Joula J. Rogahang

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
lianimumbunan@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and explain the influence of service quality on customer satisfaction at Manjo Kopi Coffee Shop in Airmadidi District, North Minahasa Regency. The research method used is quantitative, with 100 respondents who are customers of Manjo Kopi Coffee Shop in Airmadidi District, North Minahasa Regency. Sample selection is based on Roscoe's theory. The sampling technique used in this research is through a non-probability sampling approach, specifically purposive sampling, and also using Lemeshow's formula because the population size is unknown or unlimited. The data collection techniques in this study include observation and distributing questionnaires to gather information that allows analysis of attitudes, beliefs, and characteristics of key individuals in the organization who could be influenced by the proposed system or by the existing system. The questionnaires were distributed to 100 respondents or customers of Manjo Kopi Coffee Shop in Airmadidi District, North Minahasa Regency. The data analysis technique used in this study is SPSS version 30. Based on the research results, the service quality variable significantly affects customer satisfaction at Manjo Kopi Coffee Shop in Airmadidi District, North Minahasa Regency. From the calculation, the t-count is 12.150, which is much higher than the t-table value of 1.984 at a 0.05 significance level. Therefore, the alternative hypothesis (H_a) is accepted, and the null hypothesis (H_0) is rejected, indicating a significant influence of service quality on customer satisfaction, which explains the objective of this research.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Manjo Kopi Coffee Shop.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Pemilihan Sampel berdasarkan teori Roscoe. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan non probability sampling yaitu purposive sampling dan juga dengan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi dan penyebaran kuesioner untuk pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.. Penyebaran Kuesioner dibagikan kepada 100 responden atau konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 30. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 12,150 yang jauh lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 taraf signifikan 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini menjelaskan tujuan dari penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kedai Kopi Manjo Kopi

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kedai kopi di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda, telah menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor kunci yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Manjo Kopi, sebagai salah satu kedai kopi terkemuka di Minahasa Utara, perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan daya saing.

Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner, terutama kedai kopi, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Data dari Asosiasi Kopi Indonesia (2022) mengungkapkan bahwa kedai kopi yang memberikan pelayanan berkualitas tinggi mencapai tingkat kepuasan konsumen sebesar 85%, sementara yang memiliki pelayanan kurang memuaskan hanya mencapai 55%. Fakta ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan terdiri dari berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif (Santoso, 2020). Misalnya, di kedai kopi dengan tingkat kepuasan tinggi, waktu tunggu pesanan rata-rata hanya 5 menit, sementara di kedai dengan pelayanan buruk, waktu tunggu bisa mencapai 15 menit. Manjo Kopi menawarkan suasana yang nyaman dan berbagai jenis kopi, namun kualitas pelayanan yang diberikan harus terus dievaluasi agar sesuai dengan harapan konsumen dan dapat mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang disajikan, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang mereka alami selama berkunjung. Berdasarkan penelitian oleh Utami dan Sari (2022), pelanggan lebih cenderung kembali ke kedai kopi yang memberikan pelayanan ramah dan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang penting dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak kedai kopi kepada konsumen, dan bagaimana dampak kualitas pelayanan yang tersedia terhadap tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Kedai Kopi Manjo Kopi. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk pemecahan dan solusi terhadap permasalahan yang ada yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di Kedai Kopi Manjo Kopi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Kedai Kopi Manjo Kopi. Maka penulis tertarik untuk mengambil judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Manjo Kopi di Kecamatan Airmadidi Kabupaten Minahasa Utara”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu konsep yang kompleks dan multidimensional yang mencakup berbagai aspek dari interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan. Dalam konteks kedai kopi, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kecepatan dan ketepatan dalam penyajian, tetapi juga interaksi antara barista dan pelanggan serta suasana kedai itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Penelitian oleh Parasuraman et al. (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi tingkat churn.

Menurut Tjiptono (2005), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan juga merupakan upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan atau sikap yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual layanan yang diterima. Menurut Oliver (2019), kepuasan konsumen dapat dianggap sebagai hasil dari evaluasi kognitif dan afektif terhadap pengalaman

pembelian. Dalam industri kedai kopi, kepuasan konsumen sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Penelitian oleh Homburg et al. (2020) menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan merek.

PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Metode	Hasil
1	Tampanguma, Kalangi, Walangitan (2022)	Kuantitatif	Melalui hasil yang didapat maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian. Indikator-indikator seperti bukti fisik, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati yang dimiliki oleh karyawan dari Rumah Es Miangas Kota Manado secara langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2	Karundeng, Tamengkel, Punuindoong (2021)	Kuantitatif	Variabel kualitas pelayanan, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Benteng Resort Batu Putih.
3	Keloay, Rumawas, Asaloei (2019)	Kuantitatif	Berdasarkan dari hasil analisis dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk, variabel harga, variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh, Wenang Manado.
4	Laiya, Kalangi, Mukuan (2023)	Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Kopi Billy Kawasan Mega Mas Manado.
5	Umbase, Areros, Tamengkel (2022)	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Senyawa dengan pelanggan, hal ini sudah terlaksana dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen khususnya di Kedai Kopi Senyawa dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Pemilihan Sampel berdasarkan teori Roscoe. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan non probability sampling yaitu purposive sampling dan juga dengan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi dan penyebaran kuesioner untuk pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Penyebaran Kuesioner dibagikan kepada 100 responden atau konsumen kedai kopi manjo kopi di kecamatan Airmadidi kabupaten Minahasa Utara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini Analisis Korelasi Sederhana dan Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji T dan Koefisien Determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi Sederhana

Berdasarkan tabel 2 maka dapat diketahui :

1. Nilai signifikan dari tabel di atas sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X atau Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y atau Kepuasan Konsumen secara simultan.

2. Nilai korelasi sebesar 0,775 maka dapat disimpulkan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan yang kuat.

Tabel 2
Analisis Korelasi Sederhana

Correlations			
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	0,775
	Sig. (2-tailed)		<0,001
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	0,775	1
	Sig. (2-tailed)	<0,001	
	N	100	100

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui :

1. Nilai signifikan dari tabel di atas sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X atau Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y atau Kepuasan Konsumen secara simultan.
2. Nilai korelasi sebesar 0,775 maka dapat disimpulkan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan yang kuat.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.612	2.346		1.966	.052
	Kualitas Pelayanan	.665	.055	.775	12.150	<,001

a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan koefisien 0,665. Adapun model regresi yang digunakan adalah model regresi linier sederhana dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat dengan persamaan regresi berikut:

$$Y = 4.612 + 0.665 X$$

Hasil Uji T

Tabel 4 Uji T

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.612	2.346		1.966	.052
	Kualitas Pelayanan	.665	.055	.775	12.150	<,001

a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Data diolah (2025)

Perumusan hipotesis untuk variabel X dan Y

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Penetapan nilai t tabel untuk taraf signifikan 0,05 (DF: 100-2=98) diperoleh 1,984. Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan pengolahan data SPSS statistik versi 30 yaitu sebesar 12,150. Pengambilan keputusan jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima Ho ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 12,150 > t tabel yaitu 1,984 taraf signifikan 0,05 maka Ha diterima Ho ditolak. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen”. Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775	.601	.597	3.219

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui nilai R Square adalah sebesar 0,601 setara dengan 60,1%. Hasil ini berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 60,1% sisanya 39,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Manjo Kopi. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik menggunakan SPSS versi 30, di mana nilai t-hitung sebesar 12,150 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima.

Kualitas pelayanan yang mencakup kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) memainkan peranan penting dalam membangun kepuasan konsumen. Indikator-indikator ini telah terbukti relevan dan konsisten dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Konsumen memberikan perhatian besar pada aspek keramahan staf, kecepatan layanan, dan suasana yang nyaman di Kedai Kopi Manjo Kopi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian oleh Tampanguma (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Rumah Es Miangas di Kota Manado. Indikator seperti empati dan daya tanggap menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di konteks ini. Penelitian ini mendukung hasil yang diperoleh di Kedai Kopi Manjo Kopi, di mana konsumen merasa puas ketika kebutuhan mereka dipenuhi secara cepat dan ramah.

Selain itu, penelitian Karundeng (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Benteng Resort Batu Putih. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berbagai sektor bisnis, termasuk di bidang kuliner dan pariwisata, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat menentukan. Dalam konteks Kedai Kopi Manjo Kopi, perhatian pada detail layanan, seperti ketepatan penyajian pesanan dan kebersihan tempat, menjadi faktor penting yang sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya. Penelitian oleh Laiya (2023) menambahkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, jika digabungkan dengan kualitas produk yang unggul, dapat memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung bahwa Kedai Kopi Manjo Kopi tidak hanya harus mempertahankan kualitas layanan tetapi juga konsistensi rasa dan penyajian produk untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Dari perspektif konsumen, penelitian oleh Umbase (2022) menemukan bahwa konsumen di Kedai Kopi Senyawa merasa puas karena adanya perhatian yang tulus dari staf terhadap kebutuhan

mereka. Temuan ini relevan dengan penelitian ini, di mana empati menjadi salah satu dimensi utama yang mendorong kepuasan pelanggan Kedai Kopi Manjo Kopi.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang sudah dikemukakan pada dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen kedai kopi manjo kopi. Konsumen memberikan perhatian besar pada aspek keramahan staf, kecepatan layanan, dan suasana yang nyaman di Kedai Kopi Manjo Kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Kopi Indonesia. (2022). Laporan Tahunan 2022: Tren dan Analisis Pasar Kopi Indonesia. Jakarta: Asosiasi Kopi Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS
- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511-517.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 26-33.
- Laiya, S. P., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Kopi Billy Kawasan Mega Mas Manado. *Productivity*, 4(5), 564-578.
- Parasuraman, Leonard L. Berry, and Valerie A. Zeithaml. 1985. *A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research*. *Journal Of Marketing*, Vol. 49, P.41-50
- Pengolahan data IBM SPSS *Statistic* Versi 30
- Santoso, A. (2020). Analisis aspek kualitas pelayanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 12(3), 45-60.
- Sugiyono (2014:315) Deskripsi Populasi, Sugiyono (2014) sampel 15.D1.0030 SHERLY VALENTINA SETIADI (9.37)..pdf BAB III.pdf
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.. 2000. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7-12.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Strategi Pemasaran I. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umbase, C. Z., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(5), 390-395.
- Utami, A., & Sari, B. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 1-10.