



Contents lists available at insancendikia.or.id

ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendikia.or.id/index.php/Arbitrase>



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Tomoro Coffee Karadenan Bogor*

Mahapatih Cetta Ugama¹, Rani Kurniasari²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Article Info

Keyword:

Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction, Coffee Shop

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Tomoro Coffee Karadenan, Bogor. A quantitative research method with a survey approach was employed. The study population comprised 20,610 customers who visited Tomoro Coffee Karadenan during February–April 2026. Using the Slovin formula with a 10% margin of error, a sample of 100 respondents was obtained. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics version 25. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by a t -value of 4.479, which exceeds the t -table value of 1.984, with a significance level of $0.000 < 0.05$. Facilities also have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t -value of 9.121 > 1.984 and a significance level of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, service quality and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by an F -value of $180.607 > 3.09$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.788 indicates that service quality and facilities explain 78.8% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 21.2% is explained by other factors outside the research model. Among the independent variables, facilities have the stronger influence on customer satisfaction.



© 2020 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Mahapatih Cetta Ugama

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: Mahapatih1502@gmail.com

Pendahuluan

Industri kopi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan laporan USDA *Foreign Agricultural Service*, konsumsi kopi Indonesia pada tahun pemasaran 2025/2026 diperkirakan mencapai 4,8 juta kantong berukuran 60 kg atau sekitar 288 ribu ton. Selain itu, sektor *café/bar* di Indonesia mencatat nilai penjualan sekitar US\$2,04 miliar pada 2024 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 9,6% per tahun selama 2020–2024. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa kopi tidak lagi sekadar dikonsumsi sebagai minuman, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Kondisi ini turut mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi dan meningkatkan persaingan antarpelaku usaha.

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan pelaku usaha kedai kopi tidak cukup hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang

mampu memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Kedai kopi saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga digunakan sebagai tempat bekerja, belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan serta menyediakan fasilitas yang memadai menjadi aspek penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu pelaku usaha yang berada dalam kondisi persaingan tersebut adalah *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor.

Tomoro Coffee Karadenan Bogor berupaya memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan melalui penerapan standar pelayanan, antara lain keramahan karyawan, kemampuan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, kerapian penampilan, penggunaan apron, penyajian makanan dan minuman sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP), serta pemeliharaan kebersihan area kedai. Selain aspek pelayanan, perusahaan juga menyediakan berbagai fasilitas, seperti ruang ber-AC, area tempat duduk dalam dan luar ruangan, toilet, musala, area parkir, koneksi Wi-Fi, serta colokan listrik. Keberadaan fasilitas tersebut menjadi penting karena kebutuhan pelanggan terhadap kedai kopi semakin beragam, tidak hanya untuk bersantai, tetapi juga untuk mendukung aktivitas produktif.

Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa penerapan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas di *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor masih memiliki beberapa kekurangan. Dari sisi pelayanan, masih ditemukan sikap karyawan yang dinilai kurang ramah, seperti kurang tersenyum dan memberikan respons yang terkesan kurang baik kepada pelanggan. Dari sisi fasilitas, terdapat beberapa meja yang belum dilengkapi colokan listrik serta area outdoor yang belum sepenuhnya terlindungi oleh kanopi sehingga kurang nyaman digunakan ketika hujan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi pengalaman pelanggan dan pada akhirnya dapat berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

Indikasi permasalahan tersebut juga terlihat dari ulasan pelanggan pada *Google Maps*. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan berkaitan dengan keramahan karyawan dan profesionalisme pelayanan. Selain itu, terdapat keluhan mengenai keterbatasan fasilitas, khususnya ketersediaan colokan listrik dan perlindungan pada *area outdoor*. Hal tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pelayanan dan fasilitas yang disediakan perusahaan dengan harapan sebagian pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi dua aspek yang perlu dikaji untuk mengetahui sejauh mana keduanya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor.

Secara empiris, penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, tetapi masih menunjukkan ruang untuk pengembangan. Amelia dan Safitri (2021), misalnya, meneliti kualitas pelayanan dan fasilitas dalam kaitannya dengan loyalitas melalui kepuasan konsumen pada *Café Hangout* di Sampit. Perbedaan karakteristik objek dan lokasi penelitian menyebabkan hasil penelitian tersebut belum tentu dapat digeneralisasikan pada kedai kopi yang beroperasi di Karadenan, Kabupaten Bogor. Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu. Harahap dan Pakpahan (2021) menemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan konsumen dibandingkan kualitas pelayanan, sedangkan Dedy dan Alfandi (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh yang relatif seimbang terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan masih perlu diuji pada konteks dan karakteristik konsumen yang berbeda.

Kesenjangan penelitian lainnya terletak pada masih terbatasnya penelitian yang menguji kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis coffee shop, khususnya di wilayah Karadenan, Kabupaten Bogor. Penelitian ini karena itu diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai kontribusi masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan sekaligus memperkaya kajian manajemen pemasaran pada industri kedai kopi. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mengoptimalkan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas

secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor. Dengan demikian, penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor.”

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor. Variabel independen dalam penelitian terdiri atas kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Responden penelitian merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian di *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor sehingga memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

Populasi penelitian adalah pelanggan *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor selama periode Februari–April 2026. Berdasarkan data penjualan, rata-rata jumlah pelanggan diperkirakan sebanyak 229 orang per hari sehingga diperoleh populasi sebanyak 20.610 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan : n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah tingkat kesalahan. Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 20.610 pelanggan, perhitungan sampel dilakukan sebagai berikut :

$$n = \frac{20.610}{1 + 20.610(0,10)^2}$$

$$n = \frac{20.610}{1 + 206,1}$$

$$n = \frac{20.610}{207,1} = 99,52$$

Hasil tersebut dibulatkan menjadi 100 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas operasional, interaksi antara karyawan dan pelanggan, kualitas pelayanan, serta fasilitas yang tersedia di *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor. Kuesioner disebarkan kepada responden melalui *Google Forms* dengan menggunakan pertanyaan tertutup. Setiap pernyataan diukur dengan skala Likert lima poin, yaitu Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2, dan Sangat Tidak Setuju = 1. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi informasi yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi Product Moment dengan kriteria item dinyatakan valid apabila r hitung $> r$ tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Selanjutnya, sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Normalitas diuji menggunakan Kolmogorov–Smirnov dan Normal P-P Plot, heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, sedangkan multikolinearitas dinilai berdasarkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Analisis utama menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Model regresi yang sesuai dengan variabel penelitian dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan : Y adalah kepuasan pelanggan, α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi, X_1 adalah kualitas pelayanan, X_2 adalah fasilitas, dan e varepsilon adalah *error*.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan uji F untuk menguji pengaruh keduanya secara simultan. Keputusan pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 pelanggan *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor sebagai responden. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Data diolah menggunakan IBM SPSS versi 25. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	63	63,0
	Perempuan	37	37,0
Usia	17–25 tahun	75	75,0
	26–30 tahun	18	18,0
	31–35 tahun	7	7,0
	>36 tahun	0	0,0
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	57	57,0
	Karyawan	22	22,0
	Wirausaha	11	11,0
	Lainnya	10	10,0

Sumber: Olahan Peneliti, (2026)

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 orang (63%), sedangkan perempuan sebanyak 37 orang (37%). Berdasarkan usia, responden didominasi kelompok 17–25 tahun sebanyak 75 orang (75%), diikuti usia 26–30 tahun sebanyak 18 orang (18%) dan usia 31–35 tahun sebanyak 7 orang (7%). Tidak terdapat responden berusia di atas 36 tahun. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa sebanyak 57 orang (57%), diikuti karyawan sebanyak 22 orang (22%), wirausaha sebanyak 11 orang (11%), dan pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang (10%). Dengan demikian, karakteristik responden penelitian ini didominasi oleh laki-laki, berusia 17–25 tahun, dan berstatus pelajar/mahasiswa.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh derajat kebebasan (df) = $n - 2$, (df) = $100 - 2 = 98$ dan nilai r tabel sebesar 0,196 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,479	0,196	Valid
	X1.2	0,380	0,196	Valid
	X1.3	0,361	0,196	Valid
	X1.4	0,475	0,196	Valid
	X1.5	0,399	0,196	Valid

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X1.6	0,498	0,196	Valid
	X1.7	0,426	0,196	Valid
	X1.8	0,334	0,196	Valid
	X1.9	1	0,196	Valid
Fasilitas	X2.1	0,330	0,196	Valid
	X2.2	0,425	0,196	Valid
	X2.3	0,434	0,196	Valid
	X2.4	0,340	0,196	Valid
	X2.5	0,417	0,196	Valid
	X2.6	0,303	0,196	Valid
	X2.7	1	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,420	0,196	Valid
	Y2	0,334	0,196	Valid
	Y3	0,420	0,196	Valid
	Y4	0,393	0,196	Valid
	Y5	0,572	0,196	Valid
	Y6	0,455	0,196	Valid
	Y7	0,535	0,196	Valid
	Y8	0,372	0,196	Valid
	Y9	1	0,195	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 2, seluruh indikator pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung setiap indikator yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,196. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), nilai r hitung berada pada rentang 0,334 sampai 1,000. Variabel Fasilitas (X2) memiliki nilai r hitung antara 0,303 sampai 1,000, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung antara 0,334 sampai 1,000. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan yang terdiri atas 9 indikator Kualitas Pelayanan, 7 indikator Fasilitas, dan 9 indikator Kepuasan Pelanggan telah memenuhi kriteria validitas. Oleh karena itu, seluruh indikator tersebut layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,839	Reliabel
Fasilitas	0,801	
Kepuasan Pelanggan	0,850	

Sumber: Olahan Peneliti, (2026)

Berdasarkan hasil dari pengujian reliabilitas yang disajikan dalam tabel 3, memperlihatkan tiap variabel memperoleh Cronbach Alpha yang nilainya > 0,60 yaitu untuk Kualitas Pelayanan sejumlah 0,839, Fasilitas sejumlah 0,801 serta Kepuasan Pelanggan sejumlah 0,850. Jadi setiap pernyataan dikatakan reliabel.

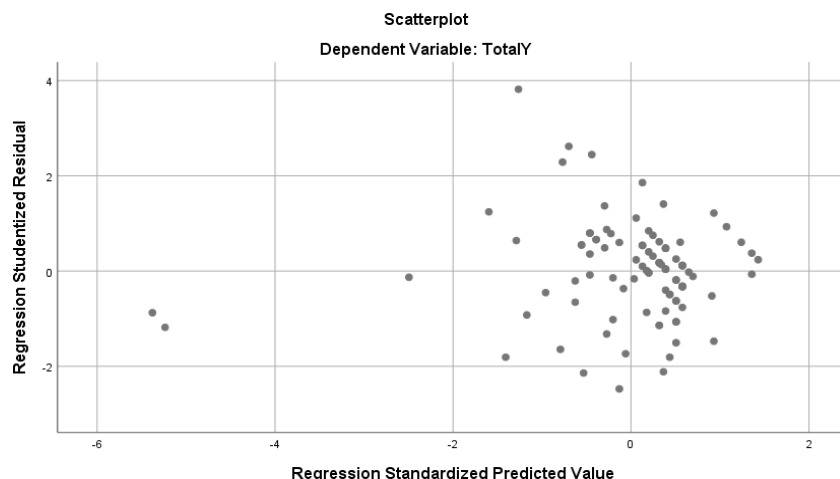
Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26848106
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.073
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olahan Peneliti, (2026)

Berlandaskan tabel 4, dengan mempergunakan uji Kolmogorov-Smirnov, didapatkan angka Asymp Sig. (2-tailed) $0,80 > 0,05$ yang artinya penerimaan H_0 dan penolakan H_a . Tolak ukur di sini yakni bila Asymp Sig. (2-tailed) melebihi signifikansi, karenanya bisa dinyatakan data yang diperoleh berdistribusi normal



Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2026)

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berlandaskan Gambar 1, perolehan uji heteroskedastisitas dengan metode Scatterplot menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik residual tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak di sekitar garis nol. Hal ini mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficient ^a			
Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,453	2,207
	Fasilitas	0,453	2,207

a. Variable Y: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2026)

Dari tabel 5, didapati tolerance untuk Kualitas Pelayanan (X1) serta Fasilitas (X2) yakni 0,453 kemudian VIF dari tiap variabel yakni 2,207. Maka dengan ini bisa diungkapkan data tidak

memperlihatkan adanya multikolinearitas karena didapatkan tolerance dengan nilai $> 0,10$ serta VIF $< 10,00$.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.527	1.954	.781	.437			
	Kualitas Pelayanan	.311	.069	.311	4.479	.000	.453	2.207
	Fasilitas	.827	.091	.633	9.121	.000	.453	2.207

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan pada tabel 6, hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,527 + 0,311X_1 + 0,827X_2$$

Keterangan: Y adalah Kepuasan Pelanggan, X_1 adalah Kualitas Pelayanan, dan X_2 adalah Fasilitas.

Koefisien Regresi Nilai konstanta sebesar 1,527 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Pelayanan dan Fasilitas bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan memiliki nilai sebesar 1,527. Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,311 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,311 satuan, dengan asumsi Fasilitas tetap. Sementara itu, koefisien Fasilitas sebesar 0,827 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,827 satuan, dengan asumsi Kualitas Pelayanan tetap. Kedua koefisien bernilai positif sehingga menunjukkan hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan.

Uji t dan Signifikansi Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 4,479 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Fasilitas memperoleh nilai t hitung sebesar 9,121 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan nilai standardized coefficients Beta, Kualitas Pelayanan memiliki nilai Beta sebesar 0,311, sedangkan Fasilitas sebesar 0,633. Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh relatif yang lebih besar terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan Kualitas Pelayanan.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1897.135	2	948.568	180.607	.000 ^b
	Residual	509.455	97	5.252		
	Total	2406.590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 7, bahwa pada penelitian ini ditemukan informasi terkait dengan f tabel yaki degree of freedom (df) yang bisa dihitung menggunakan rumus $(n-k) = 100 - 2 - 1 = 97$, F tabel yang didapatkan sejumlah 3,09. Merujuk pada tabel diatas, F hitung yang didapatkan dari uji $F > F$ tabel yaitu sebesar $180.607 > 3,09$ serta sig $0,000 (< 0,05)$. Karenanya bisa dinyatakan

kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh signifikan untuk kepuasan pelanggan.

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.888a	0,788	0,784	2,292

a. Predictor: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Variable Y: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2026)

Berdasarkan hasil dari uji determinasi secara simultan yang disajikan pada tabel 8, didapati R^2 sejumlah 0,788 ataupun 78,8 %. Untuk mengetahui hasil dari R square dapat menggunakan rumus $R^2 = R^2 \times 100\% = (0,888)^2 \times 100\% = 0,788$. Dengan ini dinyatakan secara simultan Kualitas Pelayanan serta Fasilitas mempengaruhi Kepuasan Pelanggan senilai 78,8%, sisanya 21,2% berasal dari faktor lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 4,479 > t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi parsial, Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 24,23% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 75,77% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, penuh perhatian, dan profesional dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan agar pelanggan merasa nyaman dan puas selama berkunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apriliani et al. (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Water Garden Hotel Candidasa Bali”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, baik pada sektor perhotelan maupun pada bisnis coffee shop.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Fasilitas memperoleh nilai t hitung sebesar 9,121 > t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi parsial, Fasilitas memberikan kontribusi sebesar 54,63% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 45,37% dipengaruhi oleh faktor lain.

Fasilitas memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan Kualitas Pelayanan. Kenyamanan ruangan, kebersihan lingkungan coffee shop, ketersediaan tempat duduk, akses Wi-Fi, area parkir, serta sarana pendukung lainnya menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan. Semakin lengkap dan nyaman fasilitas yang disediakan, semakin baik pula pengalaman pelanggan ketika bersantai, bekerja, maupun belajar di *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat et al. (2024) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Wisata Qween”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini memperkuat bahwa ketersediaan dan kualitas fasilitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengunjung pada berbagai jenis usaha jasa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 180,607 > F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,788 atau 78,8%. Artinya, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas mampu menjelaskan 78,8% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 21,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kepuasan pelanggan pada *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor terbentuk dari kombinasi pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai. Pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika memperoleh pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional serta didukung oleh fasilitas yang nyaman dan lengkap. Meskipun Fasilitas menunjukkan kontribusi yang lebih besar, kedua variabel tetap saling mendukung dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sugiarto dan Utari (2024) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Eduwisata Lontarsewu Hendrosari”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kesamaan temuan ini memperkuat bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor. Kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung 4,479 > t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan kontribusi parsial sebesar 24,23%. Fasilitas memperoleh nilai t hitung 9,121 > t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ serta kontribusi parsial sebesar 54,63%, sehingga menjadi variabel yang memberikan pengaruh lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan fasilitas juga berpengaruh signifikan, ditunjukkan oleh nilai F hitung 180,607 > F tabel 3,09 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, profesional, serta fasilitas yang lengkap, bersih, dan nyaman mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, *Tomoro Coffee* Karadenan Bogor disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan dan evaluasi kinerja karyawan secara berkala. Perusahaan juga perlu mempertahankan serta meningkatkan kualitas fasilitas melalui perawatan rutin, kebersihan area, dan penambahan fasilitas pendukung yang menunjang kenyamanan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, promosi, dan citra merek, serta memperluas jumlah responden dan lokasi penelitian agar hasil penelitian lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

Referensi

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas produk dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM di Jakarta: Studi kasus pembelian melalui Tokopedia. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367–378.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Katamba, R. M., Wibisono, L. K., & Ronal, M. (2026). Pengaruh consumer experience dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian: Studi kasus pada Toko Pelangi Kosmetik Toraja Utara. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(2), 2209–2220.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Martaputri, F. H., Herawaty, T., & Fordian, D. (2025). Pengaruh kualitas produk dan store atmosphere terhadap minat beli ulang: Studi pada Nakula Coffee Cikarang. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 723–738.

- Nainggolan, R. A., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh kualitas produk dan review produk terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(2), 49–59.
- Pristiawan, H. E., Mariah, & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63.
- Rahmawati, P., & Cyasmoro, V. (2024). Dampak suasana toko, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian: Studi kasus di Kedai Roti Ibu Saya, Depok. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(1), 27–42.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman metodologi penelitian data panel dan kuesioner*. CV Adanu Abimata.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. *Solusi*, 21(3), 259–269.
- Widyadana, D., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mixue di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 847–855.