



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LINGKUNGAN PELAYANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI (STUDI PADA KANBEST CAFÉ & RESTO PEMATANG SIANTAR)

Tiara Syahraini Putri Pardede¹, Edison Sagala²

^{1,2}Universitas Negeri Medan

tiarapardede282@gmail.com, sagalaedison61@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada KanBest Café & Resto Pematang Siantar). Sampel dalam penelitian berjumlah 150 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan rumus Hair. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (kuesioner) yang pengukurannya dengan skala likert dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan koefisien determinan (R^2) yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 26.0 for windows. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali, Lingkungan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Lingkungan Pelayanan, Niat Berkunjung Kembali

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut setiap pengusaha untuk berlomba-lomba memunculkan ide-ide kreatif dalam menjalankan usahanya guna menarik konsumen. Kompetisi yang ketat memaksa para pengusaha untuk terus mengembangkan strategi dalam memenuhi berbagai kebutuhan konsumen, baik dari segi produk dengan desain yang unik dan user-friendly maupun dari segi ambience suatu tempat sehingga menimbulkan kesan tersendiri bagi konsumen. Memenuhi ekspektasi konsumen terhadap tempat komersial yang dikunjunginya dapat menjadikan konsumen setia hingga melaksanakan kunjungan berulang ke tempat komersial tersebut. Untuk itu para wirausaha wajib jeli dalam melihat peluang untuk

memenangkan kompetisi bisnis yang semakin ketat. Salah satu peluang bisnis yang berkembang pesat dan mengalami kompetisi yang ketat saat ini ialah bisnis penyediaan makanan dan minuman. Usaha yang menyediakan makanan dan minuman antara lain restoran, snack bar, pusat distribusi makanan, café dan lain-lain.

Perkembangan usaha di bidang makanan dan minuman dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya ialah semakin membaiknya tingkat perekonomian masyarakat Indonesia sehingga mendorong masyarakat untuk memulai usaha baru. Dibuktikan dengan banyaknya café yang bersaing untuk menerima layanan bermutu tinggi dan lingkungan layanan bisa menciptakan kesan unik terhadap café tersebut dan mempertahankan minat.mengunjungi kembali pembeli tetap dan mampu menarik pembeli baru. Badan usaha wajib mampu mempertahankan usahanya dan peka terhadap tren saat ini dan masa depan sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen.

Saat ini, konsumen mempertimbangkan mutu layanan dan lingkungan layanan dalam pilihan menu mereka. Temukan tempat untuk dikunjungi. Dalam memilih suatu tempat untuk dikunjungi, konsumen didorong oleh minat untuk membeli kembali produk tersebut, menimbulkan perasaan ingin mengunjungi tempat tersebut lagi, serta perasaan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Café ialah tempat yang cocok untuk anda datang untuk melepas penat, berkumpul bersama keluarga dan menjadi tempat bersantai bersama teman-teman. Pada awalnya café hanya bergerak pada bidang produksi makanan dan minuman, namun saat ini café, restoran, dan kedai kopi dikategorikan sebagai usaha perhotelan (jasa). Karena saat ini yang dijual tidak hanya makanan dan minuman saja, tetapi juga pelayanan kepada konsumen (Sihombing et., al, 2021).

Dalam dunia bisnis, banyak cara untuk menarik konsumen agar kembali ke café, salah satunya ialah dengan memperhatikan mutu pelayanan. Pelayanan yang bermutu ialah segala sesuatu yang diharapkan konsumen agar suatu pusat bisnis dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Mutu pelayanan dapat ditingkatkan dari kehandalan perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen, karena setiap konsumen mempunyai harapan untuk mendapat kepuasan baik dari produk maupun jasa yang dipakai. Tempat komersial juga wajib mampu memperlakukan keluhan konsumen sebagai bentuk pelayanan yang bermutu untuk mendorong konsumen kembali ke tempat komersial (Riyanti et. al. 2020).

Pemilik usaha jenis café perlu memperhatikan tidak hanya mutu pelayanan, tetapi juga menciptakan lingkungan pelayanan yang menarik sehingga memberikan kenyamanan konsumen. Apabila lingkungan pelayanan berupa desain interior dan eksterior, petunjuk (dalam bentuk simbol), sumber daya yang disediakan oleh penyedia layanan, parkir, denah, dan informasi mengenai suhu udara dan fasilitas yang ada di lokasi pelayanan (Welasasih dan Suyuthie, 2020). Jika lingkungan

pelayanan dikembangkan dengan baik maka akan menaikkan nilai café sebagai tempat yang menarik sehingga menarik konsumen untuk berkunjung kembali. Lingkungan pelayanan dapat membentuk suatu gambaran ataupun persepsi di benak konsumen karena konsumen dapat melihat dan merasakan secara langsung lingkungan pelayanan café tersebut (Soraya 2018).

Dengan berkembangnya bisnis café di kota-kota kecil di Indonesia, hal ini sangat terasa di Kota Pematang Siantar yang memberikan dampak positif bagi perekonomian kota ini. Dengan semakin banyaknya café, para pengusaha café di Pematang Siantar wajib berhati-hati dalam memilih konsep unik yang menyesuaikan dengan tren masa kini dan lingkungan layanan yang memberikan kenyamanan kepada konsumen di kantornya. Salah satu café tempat Anda bisa berkumpul bersama teman ataupun keluarga sambil mengikuti tren modern ialah KanBest Café & Resto. Café ini didirikan oleh Sofian Siregar pada tahun 2017 dan berlokasi di JL. Cokroaminoto Ujung, NO. 243, Pematangsiantar, Kec. Siantar Timur, Sumatera Utara. Warga Pematang Siantar menjadikan café ini sebagai pusat kuliner anak milenial sekaligus tempat nongkrong hingga larut malam.

Tabel 1. Daftar Narasumber Wawancara

No.	Tanggal	Nama	Usia	Pekerjaan	Kesimpulan Wawancara
1	24/02/2024	Nur Hapni Sagala	22	Mahasiswa	<i>waiters</i> kurang ramah pada pelanggan, dan penyajian makanan membutuhkan waktu lama.
2	24/02/2024	Taty Simatupang	22	Mahasiswa	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama, <i>waiters</i> kurang cekatan menerima menu tambahan
3	24/02/2024	Yonni Tampubolon	22	Mahasiswa	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama, <i>waiters</i> kurang ramah dan lokasi parkir yang kurang luas
4	24/02/2024	Sondang Sinaga	22	Mahasiswa	Menu yang diantar tidak sesuai dengan yang dipilih, waktu penyajian makanan lama

No.	Tanggal	Nama	Usia	Pekerjaan	Kesimpulan Wawancara
5	25/02/2024	Asima Siagian	21	Karyawan Swasta	<i>Waiters</i> kurang ramah, lokasi parkir yang kurang luas
6	25/02/2024	Cindy Natasya	21	Karyawan Swasta	<i>Waiters</i> kurang ramah, penyajian makanan membutuhkan waktu lama
7	2/03/2024	Alyah Octafia	21	Mahasiswa	Toilet kurang bersih dan aroma kurang sedap dari <i>view</i> yang ditawarkan, dan lokasi parkir yang kurang luas
8	2/03/2024	Mayawi Silaban	20	Karyawan Swasta	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama
9	3/03/2024	Ramona Fauzi	25	Wiraswasta	Menú yang diantar tidak sesuai dengan yang dipilih, lokasi parkir kurang luas
10	3/03/2024	Rosmauly Ramadany	27	IRT	Menú yang diantar tidak sesuai dengan yang dipilih, Penyajian makanan membutuhkan waktu lama
11	13/03/2024	Afgalia Sitorus	22	Mahasiswa	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama
12	13/03/2024	Anisa Nasution	22	Karyawan Swasta	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama, aroma kurang sedap dari <i>view</i> yang ditawarkan
13	13/03/2024	Juita	22	Mahasiswa	Toilet kurang bersih dan Penyajian makanan membutuhkan waktu lama

No.	Tanggal	Nama	Usia	Pekerjaan	Kesimpulan Wawancara
14	16/03/2024	Marianna Siburian	21	Mahasiswa	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama
15	16/03/2024	Ririn	22	Mahasiswa	Penyajian makanan membutuhkan waktu lama

Sumber: Wawancara yang diolah (2024)

Bersumber observasi dan wawancara yang dilaksanakan peneliti lapangan, pembeli KanBest Café & Resto mempunyai reaksi negatif terhadap mutu pelayanan pembeli, misalnya karyawan kurang tanggap dalam melayani pembeli, dimana saat pembeli meminta produk tambahan dari pesanan sebelumnya, produk tersebut tidak tersedia. sudah diterima, proses penyajian produk baik makanan maupun minuman menjadi lambat sehingga menyebabkan pembeli menunggu lebih lama, dan pembeli juga menerima pelayanan yang kurang ramah dari pelayan. misalnya tidak tersenyum, tidak peduli dengan pembeli, dan pembeli menerima pesanan yang tidak tepat dengan keinginannya. Selain dari segi mutu pelayanan, lingkungan pelayanan KanBest Café & Resto juga memberikan respon negatif karena pemandangannya menghadap sungai, sehingga pembeli merasa tidak nyaman karena menguapnya aroma sungai saat pembeli sedang menikmati makanannya, di antaranya Selain itu, toilet yang kotor membuat pembeli merasa lebih buruk serta tidak nyaman. Tempat parkir yang disediakan oleh KanBest Cafe & Resto tidak terlalu luas, hal ini disebabkan karena lokasi cafe yang dulunya ialah lahan kosong di belakang rumah pemilik, sehingga tempat parkir sangat minim hal ini membuat konsumen kesulitan untuk memarkir kendaraannya. mobil saat mengunjungi café ini. Kedua faktor di atas menjadi alasan mengapa pembeli lebih memilih café lain untuk menikmati pelayanan dan kenyamanan yang lebih baik. Hal ini menjadi masalah besar bagi pemilik café yang berujung pada hilangnya pengunjung dan ketidakmampuan mempertahankan pembeli lama yang berujung pada kegagalan memenuhi target penjualan.

Bersumber temuan observasi dan wawancara di atas, penulis berupaya memahami indikator mutu layanan dan lingkungan layanan yang paling mungkin memberi dampak kemauan konsumen untuk kembali ke café, terbukti dari data yang diberikan oleh pembeli yang sebelumnya mengunjungi café tersebut. kepada pemilik café. Sehingga hal ini dapat menjadi pembelajaran bagi pemilik café khususnya KanBest Cafe & Resto untuk terus menaikkan mutu pelayanan, kenyamanan, dan menciptakan lingkungan pelayanan yang baru. Jadi, ini tidak hanya

mungkin menimbulkan keinginan untuk kembali ke KanBest Cafe & Resto, dan juga membantu bisnis.

2. Kajian Pustaka

2.1 Niat Berkunjung Kembali

Pendapat Zeithaml et. al. (2017) niat kembali ialah bentuk perilaku (behavioral niat) ataupun keinginan pembeli untuk kembali, kesediaannya untuk merekomendasikan kepada orang lain, tinggal lebih lama dari yang diharapkan, memberikan ulasan positif, berbelanja lebih dari yang diharapkan, dan persepsi pengunjung terhadap mutu layanan baik, sehingga dapat mengarah pada perilaku keintiman. Sedangkan pendapat Mustika et. al. (2023) minat berkunjung ialah situasi dimana pembeli mengunjungi kembali suatu tempat yang pernah mereka kunjungi sebelumnya bersumber pengalaman yang mereka alami di tempat tersebut.

2.2 Kualitas Pelayanan

Pendapat Zeithaml et. al. (2017) kualitas layanan ialah penilaian yang berfokus pada refleksi persepsi konsumen terhadap keandalan, daya tanggap, kepercayaan diri, empati, dan bukti fisik dari layanan yang sebenarnya diharapkan. Jika kenyataan melebihi harapan, maka pelayanan tersebut dapat disebut baik, dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka mutu pelayanan tersebut dapat disebut buruk. Sedangkan pendapat Tjiptono (2016), kualitas pelayanan ialah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan, yang setidaknya dapat memenuhi ataupun bahkan melampaui mutu pelayanan yang diharapkan.

2.3 Lingkungan Pelayanan

Zeithaml et. al. (2017) mendefinisikan lingkungan layanan sebagai “Servicescape as well as other forms of tangible communication. Element of the physical servicescape that affect customer include both exterior attributes (such as signage, parking, and the landscape) and the interior attributes (such as design, layout, equipment, and décor” mengacu pada semua sudut pandang fasilitas grup layanan meliputi atribut eksternal (papan informasi, parkir, pemandangan alam) dan atribut internal (desain, tata letak, peralatan dan dekorasi). Pendapat Evelynna (2022) lingkungan fisik dan unsur lainlah yang memberi dampak perilaku selama pelayanan tertentu, artinya kesan pertama yang diberikan. Apa yang akan dirasakan konsumen saat datang untuk menerima jasa ialah bukti fisik yang ada di lingkungan tempat jasa tersebut diberikan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke KanBest Café & Resto minimal 2 kali dengan jumlah pengunjung yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus menurut Hair yaitu dengan mengalikan minimum 5-10 dengan jumlah indikator. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 10 dikali jumlah indikator yang sebanyak 15. Sehingga, total jumlah responden yang dibutuhkan adalah 150 responden. Indikator kualitas pelayanan ialah: 1) Keandalan; 2) Daya Tanggap; 3) Jaminan; 4) Empati; 5) Bukti Fisik. Indikator lingkungan pelayanan ialah: 1) Keadaan Sekitar; 2) Tata Ruang; 3) Kegunaan; 4) Penanda; 5) Simbol; 6) Artefak. Indikator niat berkunjung kembali ialah: 1) Kesiediaan untuk berkunjung lagi; 2) Kesiediaan untuk mengundang orang lain; 3) Kesiediaan untuk menceritakan produk atau jasa; 4) Kesiediaan untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

Pada penelitian ini digunakan uji instrumen untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini akurat dan dapat dipercaya atau tidak dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mendapatkan data yang valid. Valid diartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas sebenarnya alat guna mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik dilakukan untuk memverifikasi bahwa persyaratan dasar penelitian terpenuhi dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Dilakukan uji regresi linear berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini juga dilakukan uji hipotesis dengan melakukan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Uji parsial digunakan untuk mengetahui nilai signifikan secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

A. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan X1



No.	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,930	0,361	Valid
2	0,874	0,361	Valid
3	0,513	0,361	Valid
4	0,870	0,361	Valid
5	0,918	0,361	Valid
6	0,892	0,361	Valid
7	0,389	0,361	Valid
8	0,717	0,361	Valid
9	0,736	0,361	Valid
10	0,884	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Bersumber tabel diatas, nilai rhitung menampilkan setiap elemen pernyataan dari variabel mutu pelayanan (X1) dianggap valid karena memenuhi syarat rhitung > rtabel. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwasanya 10 item pernyataan tersebut layak dipakai dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Lingkungan Pelayanan X2

No.	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,615	0,361	Valid
2	0,652	0,361	Valid
3	0,584	0,361	Valid
4	0,642	0,361	Valid
5	0,699	0,361	Valid
6	0,733	0,361	Valid
7	0,747	0,361	Valid
8	0,662	0,361	Valid
9	0,702	0,361	Valid
10	0,422	0,361	Valid
11	0,531	0,361	Valid
12	0,573	0,361	Valid
13	0,627	0,361	Valid

14	0,694	0,361	Valid
15	0,635	0,361	Valid
16	0,554	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Bersumber tabel diatas, nilai rhitung menampilkan setiap elemen pernyataan dari variabel lingkungan pelayanan (X2) dianggap valid karena memenuhi syarat rhitung > rtabel. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwasanya 16 item pernyataan tersebut layak dipakai dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Niat Berkunjung Kembali (Y)

No.	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,484	0,361	Valid
2	0,895	0,361	Valid
3	0,894	0,361	Valid
4	0,763	0,361	Valid
5	0,817	0,361	Valid
6	0,800	0,361	Valid
7	0,387	0,361	Valid
8	0,486	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Bersumber tabel diatas, nilai rhitung menampilkan setiap item pernyataan pada variabel Return Intent (Y) dianggap valid karena memenuhi syarat rhitung > rtabel. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwasanya 8 item pernyataan tersebut layak dipakai dalam penelitian.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

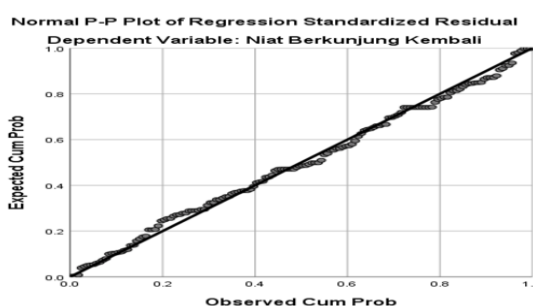


No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,920	Reliabel
2	Lingkungan Pelayanan	0,888	Reliabel
3	Niat Berkunjung Kembali	0,854	Reliabel

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa masing-masing variabel tersebut adalah reliabel dengan karena Alpha Cronbach > rtabel, dimana > 0,361.

C. Uji Normalitas



Gambar 1. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa, hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS for windows version 26 dapat dilihat dari grafik P-Plot. Pada grafik tersebut menunjukkan titik menyebar disekitar diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

D. Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

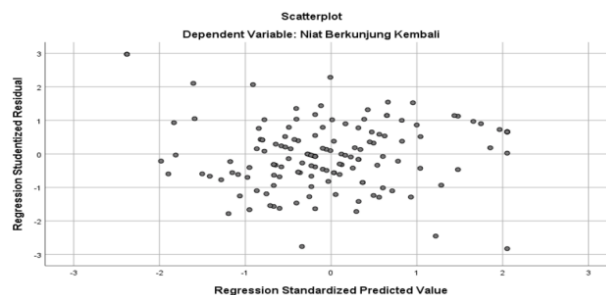
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.519	1.927

	Lingkungan Pelayanan	.519	1.927
--	----------------------	------	-------

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari tabel diatas diperoleh nilai toleransi sebesar 0,519 dimana $0,519 > 0,10$ sehingga dapat dikatakan model ini tidak terjadi multikolinearitas. Selain itu bersumber hasil nilai VIF sebesar 1,927 dimana $1,927 < 10$ maka dapat dikatakan model ini tidak ditemukan multikolinearitas. Dengan begitu disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada model ini.

E. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot
Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Pada Gambar 3 menampilkan scatterplot dengan pola titik-titik yang terletak di atas dan di bawah angka 0 dan tidak berkumpul pada satu titik. Pendistribusiannya juga tidak membentuk pola. Dengan begitu, bisa diasumsikan bahwasanya regresi penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.482	1.799		5.272	.000
	Kualitas Pelayanan	.389	.055	.544	7.031	.000
	Lingkungan Pelayanan	.112	.035	.246	3.185	.002

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa model persamaan regresi linear berganda pada penelitian adalah $Y = 9,482 + 0,389X_1 + 0,112X_2$. Nilai konstan untuk niat berkunjung kembali (Y) sebesar 9,482 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka niat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,389. Koefisien lingkungan pelayanan mengalami kenaikan 1 % maka niat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,112.

G. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.482	1.823		5.272	.000
	Kualitas Pelayanan	.389	.055	.544	7.031	.000
	Lingkungan Pelayanan	.112	.035	.246	3.142	.002

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari data tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (7,031), dan lingkungan pelayanan (3,142). Sedangkan t tabel dihitung dengan rumus $df = n - k = 150 - 3 = 147$ pada taraf $\alpha = 5\%$ sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,655. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan lingkungan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

H. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	961.909	2	480.954	87.330	.000 ^b
	Residual	809.573	147	5.507		

	Total	1771.482	149			
--	-------	----------	-----	--	--	--

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa diperoleh nilai Fhitung sebesar 87,330 dan nilai signifikansi adalah 0,000, hal ini berarti Fhitung > Ftabel yaitu $87,330 > 3,06$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ yang berarti hipotesis ketiga diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada KanBest Café & Resto Pematang Siantar.

I. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.537	2.347

Sumber: Kuesioner yang diolah (2024)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah R Square dengan nilai sebesar 0,543. Hal ini dapat diartikan sebagai nilai koefisien 0,543 sama dengan 54,3%. Artinya, kontribusi dari Kualitas Pelayanan (X_1), Lingkungan Pelayanan (X_2), terhadap keputusan pembelian (Y) mencapai 54,3% sedangkan 45,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada KanBest Café & Resto)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung > ttabel dimana $7,031 > 1,655$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi pelanggan untuk berkunjung kembali ke KanBest Café & Resto Pematang Siantar.

B. Pengaruh Lingkungan Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada KanBest Café & Resto)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui variabel lingkungan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat berkunjung

kembali. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung > ttabel dimana $3,142 > 1,655$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan pelayanan memengaruhi pelanggan untuk berujung kembali ke KanBest Café & Resto Pematang Siantar.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada KanBest Café & Resto)

Selain uji t, peneliti juga melakukan uji F (simultan). Maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui variabel kualitas pelayanan (X1) dan lingkungan pelayanan (X2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap niat berkunjung kembali (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai fhitung > ftabel dimana $87,330 > 3,06$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan dan lingkungan pelayanan secara bersama-sama mampu meningkatkan niat berkunjung kembali konsumen ke KanBest Café & Resto Pematang Siantar.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Bersumber hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali studi pada KanBest Café & Resto Pematang Siantar. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis pertama diterima dan terbukti kebenarannya yang telah diuji dengan uji T.
- 2) Lingkungan Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali studi pada KanBest Café & Resto Pematang Siantar. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis kedua diterima dan terbukti kebenarannya yang telah diuji dengan uji T.
- 3) Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali studi pada KanBest Café & Resto Pematang Siantar. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis ketiga diterima dan terbukti kebenarannya yang telah telah duji dengan uji F.

Saran

Bersumber penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk dapat mempertahankan mutu pelayanan yang baik, KanBest Café & Resto wajib lebih menaikkan kecepatan penyajian menu tepat pilihan pembeli, memilih

weilers untuk melayani pembeli dengan ramah untuk menaikkan dan menjaga hubungan ataupun empati antara penyedia jasa dan layanan. penerima, dan menanggapi keluhan pelanggan dengan lebih cepat.

- 2) Dari segi lingkungan pelayanan, KanBest Café & Resto sudah menyediakan lingkungan bisa menaikkan pengalaman pembeli saat berkunjung. Namun penyedia jasa wajib tetap menjaga dan menjaga kebersihan toilet dan kebersihan lingkungan, serta meminimalisir bau yang menguap dari sungai sebagai pemandangan alam yang ditawarkan café.
- 3) Peneliti berikutnya disarankan untuk melaksanakan penelitian dengan variabel lain bisa memberi dampak niat untuk kembali ke café ataupun lokasi makanan dan minuman, misalnya variabel misalnya mutu produk, variasi produk, harga, promosi, dan suasana café.

6. Daftar Pustaka

- Evelyna, F. (2022). Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 203-2019.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2016). *Multivariate Data Analysis*. Pearson: Boston.
- Jesen, & Saputra, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali: Peran Mediasi Destination Image. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 2915-2926.
- Kumar, S., Suriana, Y., Sari, D., & Hasan, M. (2019). Model Niat Kunjungan Kembali Di Industri Restoran. *Jurnal Sain Manajemen*, 74-84.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe KO.WE.COK di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1-13.
- Masykur, F., Widiartono, & Saryadi. (2022). Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja Di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 170-179.
- Mustika, I., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Salah Satu Villa Di Alahan Panjang. *Jurnal Visionida: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7-16.
- Nengsih, R., Ghani, Y. A., & Mubarak, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus: Ranca Upas Kabupaten Bandung). *Service Manajemen Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 32-38.

- Pantiyasa, I. W., & Wibawa, B. G. (2017). Pengaruh Servicescape Terhadap Respon Pelanggan dan Respon Pramusaji Pada Food and Beverage Department (Studi Kasus di Cafe De Dapur Sanur). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 61-82.
- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali di Restoran Kaizen BBQ Grill & Shabu-shabu Surabaya Dengan Customer Experience Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 46-54.
- Riyanti, N. I., Kusuma, I. E., & Rihayana, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta Jurnal Manajemen*, 84-99.
- Ryu, K., & Jang, S. (2007). The Effect of Environmental Perceptions on Behavioral Intentions Through Emotions: The Case of Upscale Restaurants. *Jurnal of Hospital and Tourism Research*, 56-72.
- Saputra, A. R., Palinggi, Y., & Sari, N. A. (2022). Pengaruh Servicescape Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Service Quality. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 686-698.
- Shah, M. A., & Handrito, R. P. (2022). Pengaruh Servicescape Terhadap Minat Kunjung Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 114-121.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono. (2021). Pengaruh Varian Menu, Harga, Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Milltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 26-33.
- Siswandi, M. S., & Marchyta, N. K. (2022). Pengaruh Food Quality dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction di Gudang Ceker Margoyudan Solo. *AGORA*, 1-7.
- Som, A. P., Marzuki, A., Yousefi, M., & Khalifeh, A. N. (2012). Factors Influencing Visitors Revisit Behavioral Intention: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 39-50.
- Soraya, F. (2018). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Warung Salse Bandung. *Jurnal Widyatama*.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Therok, F. A., Saerang, D. P., & Wangke, S. J. (2021). The Influence of Lifestyle, Servicescape, and Food Quality on Customer Revisit Intention at Decade Coffe Shop. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1423-1432.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Welasasih, A. P., & Suyuthie, H. (2020). Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Tamu di UNP Hotel and Convention Center Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 1-5.
- Wibowo, S. F., Sazali, A., & Rivai P., A. K. (2016). The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *JRMSI: Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 138-156.

Zeithaml, V. A. (2017). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.

