



PENGARUH DAYA TANGGAP DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI COFFEE SHOP DAZED

Nadia¹, Nurul Wardani Lubis²

^{1,2}Universitas Negeri Medan

nadya1234.n6@gmail.com, nurulwardani@unimed.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Daya Tanggap dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Dazed. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah accidental sampling dengan jumlah sampel ada sebanyak 120 pelanggan di Coffee Shop Dazed. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan hasil kuesioner, serta data sekunder yang bersumber dari Coffee Shop Dazed. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, serta daya tanggap dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0,307 yang berarti bahwa pengaruh daya tanggap dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

Kata kunci: Daya Tanggap, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Banyaknya bisnis coffee shop yang beredar di masyarakat mengakibatkan masyarakat memiliki banyak pilihan yang sesuai dengan keinginan mereka. Kondisi ini mengakibatkan persaingan bisnis coffee shop kian ketat. Oleh karena itu pemilik coffee shop akhirnya dituntut untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap coffee shop tersebut.

Ketika memilih coffee shop, banyak faktor yang dipertimbangkan pelanggan, salah satunya adalah fasilitas yang disediakan. Fasilitas di sini merujuk pada berbagai hal yang membuat pelanggan merasa nyaman, seperti perlengkapan fisik yang tersedia (Setyawati dkk, 2018). Sejalan dengan penelitian Indrasari (2019) penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap fasilitas sangat penting. Pelanggan akan merasa puas jika fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan mereka

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti menemukan pelayanan yang diberikan oleh karyawan coffee shop dazed masih lama dalam melayani pelanggan.

Kepuasan pelanggan, seperti didefinisikan oleh Kotler dan Lane (2018), adalah respons emosional pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsinya. Kepuasan ini muncul dari perbandingan antara kinerja produk atau jasa dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak positif bagi bisnis, seperti meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, coffee shop Dazed tidak hanya bersaing dengan coffee shop lainnya, tetapi juga menghadapi beberapa kendala internal. Salah satu kendala yang cukup menonjol adalah keterbatasan lahan parkir. Selain itu, kedai ini juga menerima keluhan dari pelanggan terkait kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Terakhir, suasana atau kenyamanan kedai juga menjadi salah satu faktor yang perlu diperbaiki.

Daya tanggap perusahaan dalam melayani pelanggan merupakan kunci utama untuk meraih kepuasan pelanggan. Semakin cepat dan tepat perusahaan dalam mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Alamry (2017).

Daya tanggap adalah kemampuan perusahaan untuk secara langsung dan cepat melakukan pelayanan oleh karyawan. Daya tanggap dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Meskipun ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan layanan, fasilitator layanan hendak berupaya membenarkan ataupun meminimalkan kehancuran pada pelanggan tanpa janji (Harto dkk, 2022).

Dari hasil wawancara dan observasi di coffee shop Dazed, ditemukan bahwa banyak pelanggan merasa kurang puas dengan daya tanggap karyawan. Pelanggan mengeluhkan bahwa karyawan seringkali lambat dalam merespon keluhan, misalnya ketika pesanan mereka terlalu lama disiapkan. Kurangnya kesigapan karyawan ini menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara kecepatan pelayanan (daya tanggap) dan kepuasan pelanggan menghasilkan temuan yang beragam. Noerchoidah (2017) menemukan hubungan positif antara keduanya, sementara Harto dkk (2022) tidak menemukan hubungan yang signifikan. Adanya perbedaan hasil penelitian ini mengindikasikan adanya kesenjangan pengetahuan (research gap). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Selain daya tanggap, lokasi juga merupakan hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Desrianto dkk, 2020). Memilih lokasi yang tepat sangat penting untuk bisnis kuliner. Jika kafe mudah ditemukan, pelanggan tidak akan kesulitan mencarinya. Memilih lokasi adalah keputusan bisnis yang sangat penting karena lokasi akan menentukan di mana bisnis beroperasi dan melayani pelanggannya (Desrianto dkk, 2020).

Lokasi dari Coffee shop dazed ini dikatakan strategis karena berdekatan dengan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Sesuai dengan target pasarnya yaitu para anak muda. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, peneliti

menemukan adanya permasalahan terkait lingkungan yang ada di coffee shop ini kurang kondusif. Hal ini ditandai dengan terjadinya kehilangan kendaraan yang membuat pelanggan kurang merasa aman dan lahan parkir yang sempit. Selain itu lokasi coffee shop dazed ini berdekatan dengan kompetitor, hal ini membuat persaingan antar coffee shop semakin ketat, sehingga pemilik coffee shop dazed harus mampu meningkatkan inovasi dalam menarik pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji temuan yang saling bertentangan mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Desrianto dkk (2020) dan Ariyanti dkk (2022), menghasilkan hasil yang tidak konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini akan berusaha untuk mengklarifikasi kontribusi lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara keduanya.

Berdasarkan uraian diatas bertujuan untuk mengetahui jawaban pertanyaan-pertanyaan berikut:

- 1) Melihat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop dazed?
- 2) Melihat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop dazed?
- 3) Melihat pengaruh daya tanggap dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop dazed?

2. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Fatihudin dan Firmansyah (2019) menyoroti kepuasan pelanggan sebagai suatu metrik yang mengukur tingkat kesenangan pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka terima. Di sisi lain, Kotler dan Lane (2018) memberikan definisi yang lebih komprehensif dengan menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan dengan ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya. Ketika kinerja produk atau jasa sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon emosional konsumen terhadap hasil perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian Fikri dan Ritonga (2017), Ada banyak hal yang bisa bikin pelanggan senang. Pertama adalah kalau produknya bagus dan berkualitas. Kedua, cara kita melayani pelanggan juga penting, terutama kalau kita jual jasa. Ketiga, aspek emosional seperti perasaan bangga menggunakan produk tertentu dapat meningkatkan kepuasan. Keempat, harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas produk akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Terakhir, kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa tanpa biaya tambahan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen tidak hanya memberikan dampak positif pada hubungan antara perusahaan dan pelanggan, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas bagi keberlangsungan bisnis. Pelanggan yang puas cenderung menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Hal ini akan meningkatkan efektivitas pemasaran dari mulut ke mulut. Selain itu, pelanggan yang puas cenderung kurang sensitif terhadap harga dan lebih fokus pada kualitas layanan.

2.4 Pengertian Daya Tanggap

Daya tanggap adalah kemampuan perusahaan untuk secara langsung dan cepat melakukan pelayanan oleh karyawan. Daya tanggap dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Meskipun ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan layanan, fasilitator layanan hendak berupaya membenarkan ataupun meminimalkan kekhawatiran pada pelanggan tanpa janji (Harto dkk, 2022).

Sedangkan menurut Setiono dan Hidayat (2022) daya tanggap merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan, suatu perusahaan dikatakan memiliki daya tanggap yang tinggi apabila perusahaan tersebut mempunyai program yang jelas dan bervariasi, waktu tunggu konsumen yang pasti, kecepatan pelayanan serta pelayanan informasi yang akurat dan lengkap bagi konsumennya. Daya tanggap yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Sudrajat dan Murniyati, 2018).

3. Metode Penelitian

3.1 Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas menilai kemampuan survei untuk menghasilkan hasil yang akurat dan konsisten. Validitas dihitung menggunakan koefisien korelasi (r). Pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel (0,361). Uji validitas dilakukan menggunakan SPSS.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi instrumen survei. Reliabilitas dinilai dengan koefisien Cronbach's Alpha:

- Sangat Baik: $>$ 0,8
- Baik: 0,7 - 0,8
- Tidak Reliabel: $<$ 0,7

Pengujian dilakukan dengan SPSS.

3.2 Teknik Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas: Menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data berdistribusi normal. Signifikansi $>$ 0,05 menunjukkan data normal.

- b. Uji Multikolonieritas: Menggunakan nilai Tolerance ($> 0,1$) dan VIF (< 10) untuk memastikan tidak ada multikolonieritas.
- c. Uji Heterokedastisitas: Menggunakan analisis visual dan uji statistik untuk memastikan variansi residual konstan (homoskedastisitas).

2) Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) dan variabel independen (Daya Tanggap dan Lokasi). Persamaan regresi: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

3.3 Uji Hipotesis

- 1) Uji Signifikan Parsial (Uji-t): Menguji pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung $> t$ tabel, hipotesis nol ditolak.
- 2) Uji Signifikan Simultan (Uji-f): Menilai pengaruh bersama variabel independen terhadap variabel dependen. Jika F hitung $> F$ tabel, hipotesis nol ditolak.
- 3) Koefisien Determinasi (R^2): Mengukur seberapa baik model menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan model yang baik.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Daya Tanggap (X1)

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Daya Tanggap

Variabel	No	r Hitung	r tabel	Hasil
Daya Tanggap (X1)	1	0,757	0,361	Valid
	2	0,750	0,361	Valid
	3	0,779	0,361	Valid
	4	0,865	0,361	Valid
	5	0,580	0,361	Valid
	6	0,763	0,361	Valid
	7	0,721	0,361	Valid
	8	0,872	0,361	Valid
	9	0,594	0,361	Valid
	10	0,817	0,361	Valid
	11	0,784	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Table data diatas menunjukkan nilai r hitung 11 pernyataan kuesioner pada variable daya tanggap (X1) dinyatakan valid, dikarenakan sesuai dengan kriteria r hitung $> r$ table hal tersebut menyatakan pernyataan berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian ini.



Untuk menilai reliabilitas variable daya tanggap (X1), kuesioner dapat digunakan dengan menggunakan uji Alpha Cronbac. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel Daya Tanggap
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of s
.925	11

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Karena nilai Alpha Cronbac (0,925) lebih besar dari nilai r table (0,361), analisis table menunjukkan bahwa lima belas pernyataan variable daya tanggap (X1) dianggap dapat diandalkan. Ini menunjukkan bahwa jawaban responden konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, yang membuatnya dapat dianggap handal dan dapat dipercaya.

2) Uji Validitas dan Reliabilitas Lokasi (X2)

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel	No	r Hitung	r tabel	Hasil
Lokasi (X2)	1	0,834	0,361	Valid
	2	0,715	0,361	Valid
	3	0,701	0,361	Valid
	4	0,829	0,361	Valid
	5	0,669	0,361	Valid
	6	0,777	0,361	Valid
	7	0,817	0,361	Valid
	8	0,783	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Dalam variable lokasi (X2), 8 pernyataan valid; nilai r table lebih besar dari r hitung, seperti yang ditunjukkan oleh analisis table data. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut saling berkaitan dan layak digunakan dalam penelitian.

Lebih lanjut, uji Alpha Cronbac menunjukkan bahwa kuesioner pada variable Lokasi (X2) reliabel, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of s
.899	8

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Analisis table menunjukkan bahwa 8 pernyataan dalam variable lokasi (X2) tergolong reliabel dengan nilai Alpha Cronbac (0,939) yang lebih besar dari r table (0,361). Hal ini menunjukkan konsistensi dan stabilitas, sehingga dapat dikatakan reliabel atau bisa dipercaya dan handal.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	No	r Hitung	r tabel	Hasil
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,755	0,361	Valid
	2	0,556	0,361	Valid
	3	0,646	0,361	Valid
	4	0,735	0,361	Valid
	5	0,728	0,361	Valid
	6	0,663	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Analisis data menunjukkan bahwa 6 pernyataan dalam variable Kepuasan Pelanggan (Y) valid dan reliabel. Validitas dibuktikan dengan nilai r hitung yang lebih besar dari r table untuk setiap pernyataan, menunjukkan bahwa - tersebut relevan dan layak digunakan dalam penelitian. Lebih lanjut, uji Alpha Cronbac menunjukkan reliabilitas kuesioner variable kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of s
.762	6

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Analisis table menunjukkan bahwa 6 pernyataan dalam variable Kepuasan Pelanggan (Y) tergolong reliabel dengan nilai Alpha Cronbac (0,923) yang lebih besar dari r table (0,361). Hal ini menunjukkan konsistensi dan stabilitas, sehingga dapat dikatakan reliabel atau bisa dipercaya dan handal.

4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah bagian dari uji asumsi klasik dalam model regres, digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan telah terdistribusi normal. Terdistribusi normal berarti bahwa data sample dapat digunakan untuk menggambarkan populasi.

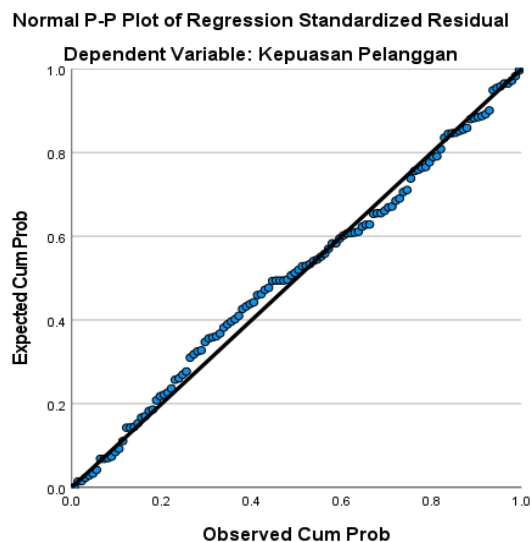
**Tabel 7. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.96421509
Most Extreme Differences	Absolute		.055
	Positive		.044
	Negative		-.055
Test Statistic			.055
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.503
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.491
		Upper Bound	.516

Sumber: Kuesioner yang Diolah, 2024

Berdasarkan table diatas diperoleh nilai Asymp.Sig (2-tailed) yang bernilai 0,200. Menurut Herlina (Ghozali, 2018) jika Sig > 0,05 maka data yang ada berdistribusi normal. Untuk penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan karena lebih dari 0,05 (0,200 > 0,05), sehingga data dalam penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa seluruh variable nilai residual berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data pada sample bisa mewakili populasi.

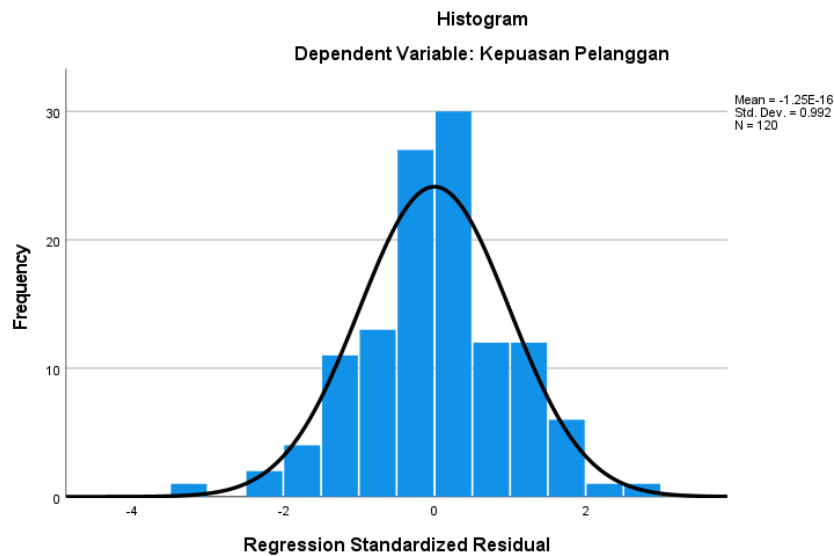
Gambar 1. Grafik P-Plot



Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Dari gambar, kita bisa lihat titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal. Ini menunjukkan bahwa data kita berdistribusi normal. Grafik histogram juga mengkonfirmasi hal ini:

Gambar 2. Histogram



Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Analisis histogram menunjukkan bahwa data penelitian memiliki distribusi yang mendekati normal. Bentuk histogram yang simetris dan tidak miring mengindikasikan bahwa data menyebar secara merata di sekitar nilai tengah. Hasil ini menunjukkan bahwa uji normalitas terpenuhi, sehingga data sampel dapat dianggap sebagai representasi yang baik dari populasi yang lebih besar.

b. Uji Multikolonieritas

Tujuan analisis multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi adanya korelasi linier yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan Ghazali (2018), multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai toleransi dan VIF. Batas ambang yang umum digunakan adalah VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih dari 0,1. Dalam penelitian ini, SPSS versi 28 digunakan untuk menguji keberadaan multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.428	2.881		.496	.621		
Daya Tanggap	.241	.070	.293	3.418	.001	.792	1.262
Lokasi	.388	.091	.366	4.273	.001	.792	1.262

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

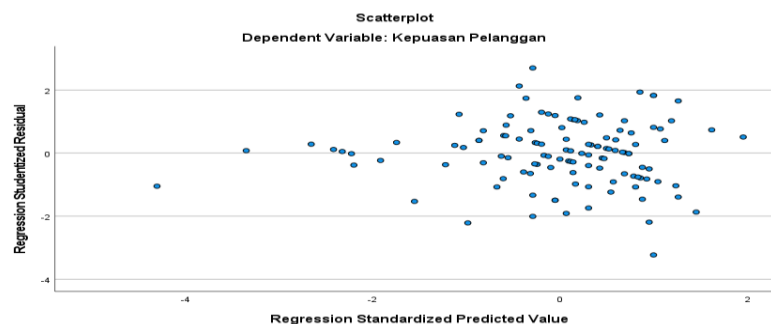
Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Berdasarkan table Collinearity Statistics, hasil pengujian Multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan tidak adanya multikolineari. Hal ini dibuktikan dengan nilai Toleranc untuk kedua variable independent, yaitu daya tanggap (X1) dan lokasi (X2), yang lebih besar dari 0,10 (masing-masing 0,792). Selain itu, nilai VIF untuk kedua variable tersebut juga lebih kecil dari 10,00 (masing-masing 1.262). Sesuai dengan Ghozali (2018), nilai Toleranc > 0,10 dan VIF < 10,00 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Hal ini berarti tidak ada hubungan linear sempurna antara variable independen dan variable dependen dalam model regres. Konsekuensinya, standar error regres tidak mengalami inflasi dan koefisien regres dapat diuji dengan tepat menggunakan t-statistik. Variable independen dan variable dependen memiliki korelasi yang signifikan, dilihat dari nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-table.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedastis regres menemukan kesamaan varians residual antar pengamatan. Model regres yang baik menunjukkan homoskedastisitas, yaitu varians residual yang sama. Heteroskedastis dapat dideteksi dengan grafik scatterplot. Pola tertentu, seperti titik-titik bergelombang, melebar, atau menyempit, menunjukkan Heteroskedastis. Sebaliknya, tidak adanya pola dan sebaran titik di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y menunjukkan homoskedastisitas. SPSS versi 28 dapat digunakan untuk uji Heteroskedastis.

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Tidak ada Heteroskedastis model regres berdasarkan distribusi titik data yang ditunjukkan pada diagram sebar di atas. Sebaran titik-titik, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, yang tidak mengikuti pola tertentu, menggambarkan hal tersebut. Untuk menyimpulkan bahwa model regres efektif, kondisi ini menunjukkan kesamaan varians residual antar observasi

5) Teknik Regresi Linear Berganda

Studi ini bertujuan untuk menguji pengaruh simultan dari dua variabel independen, yaitu daya tanggap dan lokasi, terhadap satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda akan digunakan sebagai alat analisis untuk mengungkap hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut. Berikut persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.428	2.881		.496	.621		
Daya Tanggap	.241	.070	.293	3.418	.001	.792	1.262
Lokasi	.388	.091	.366	4.273	.001	.792	1.262

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Analisis regres linear berganda menghasilkan nilai konstan sebesar 1,428 untuk variable konstan, 0,241 untuk daya tanggap (X1), dan 0,388 untuk Lokasi (X2). Persamaan linear model regres tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,428 + 0,241X_1 + 0,388X_2 + e$$

Dimana:

- Peroleh nilai konstanta sebesar 1,428 menunjukkan bahwa jika nilai variabel Daya Tanggap (X1) dan Lokasi (X2) sama dengan 0, maka nilai tetap atau nilai awal Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 1,428.
- Koefisien X1 (Daya Tanggap) dari perhitungan regresi linear berganda didapat nilai sebesar 0,241 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan satu satuan X1, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,241 dengan anggapan faktor lain ialah konstan.
- Koefisien X2 (Lokasi) dari perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai sebesar 0,388 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan satu satuan X2, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,388 dengan anggapan faktor lain ialah konstan.

6) Uji Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Pengujian hipotesis parsial dilakukan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh signifikansi masing-masing variabel independen (daya tanggap dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hipotesis nol menyatakan tidak ada pengaruh, sedangkan hipotesis alternatif menyatakan ada pengaruh. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan.

Untuk hasil hitung diperoleh melalui bantuan SPSS versi 28 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.428	2.881		.496	.621		
Daya Tanggap	.241	.070	.293	3.418	.001	.792	1.262
Lokasi	.388	.091	.366	4.273	.001	.792	1.262

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Berdasarkan penelitian ini, ttabel dapat dilihat dari tabel distribusi t diperoleh angka t-tabel sebesar 1,980. Berdasarkan tabel, maka dapat diketahui hasil berikut:

- o Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS nilai t hitung Daya Tanggap mempunyai taraf signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel $3,418 > 1,980$. Sehingga secara signifikan dan secara parsial 34,18% Daya Tanggap berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, Ho diterima dan Ha ditolak.
- o Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel lokasi mempunyai signifikan sejumlah $0,001 < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel sebesar $4,273 > 1,980$. Sehingga, signifikan dan secara parsial 42,73% Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga Ho diterima dan Ha ditolak.

b. Uji-f (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melihat apakah daya tanggap (X1) dan lokasi (X2) mempunyai hubungan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	487.990	2	243.995	27.302	.001 ^b
	Residual	1045.602	117	8.937		
	Total	1533.592	119			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Lokasi, Daya Tanggap
Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Berdasarkan analisis varian (ANOVA), nilai F yang diperoleh dari data (F hitung) sebesar 27,302 lebih besar daripada nilai F yang ditentukan dalam tabel (F tabel) sebesar 2,680. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara daya tanggap dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi (Adjusted R)

Koefisien determinasi (R-kuadrat) digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 12. Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.564 ^a	.318	.307	2.989	1.609

Sumber: Kuesioner yang diolah, 2024

Nilai koefisien determinasi (R-kuadrat) yang diperoleh sebesar 0,307 menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan 30,7% variasi dalam variabel terikat. Sisanya, sebesar 69,3%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Pembahasan

1) Pengaruh Daya Tanggap (X1) Terhadap Kepuasan (Y) Pelanggan di Coffee Shop Dazed

Berdasarkan uji t, daya tanggap terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel daya tanggap akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 34,18%. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Samsir (2018) dan Fandy Tjiptono (2012).

2) Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Coffee Shop Dazed

Analisis statistik membuktikan bahwa variabel lokasi memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi yang sangat kecil (0,001) dan nilai t hitung yang jauh lebih besar dari t tabel, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara lokasi dan kepuasan pelanggan sangat kuat. Hasil ini sejalan dengan penelitian Andika dkk. (2020) yang menunjukkan bahwa lokasi yang baik dapat memberikan berbagai manfaat, seperti memperluas jaringan, menarik perhatian pelanggan, dan meningkatkan daya saing bisnis.

Penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tempat Coffee shop dazed berada di tempat yang tepat baik aksesnya, lokasi parkirnya, visibilitas (terlihat jelas), serta lingkungannya mendukung maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di coffee shop dazed.

Menurut hasil kuesioner menunjukkan bahwa lokasi dari coffee shop Dazed belum termasuk baik karena tidak memiliki area parkir yang luas serta logo café yang belum terlihat dengan jelas oleh para pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pada indikator tempat parkir dan visibilitas masih menjadi indikator yang perlu ditingkatkan oleh Coffee shop dazed.

3) Pengaruh Daya Tanggap (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Coffee Shop Dazed

Berdasarkan hasil uji F, nilai yang diperoleh jauh lebih besar dibandingkan nilai kritisnya. Ini berarti kita dapat menyimpulkan bahwa baik variabel daya tanggap maupun variabel lokasi secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Nilai adjusted R-square sebesar 0,307 mengindikasikan bahwa variabel daya tanggap dan lokasi bersama-sama dapat menjelaskan sekitar 30,7% variasi dalam kepuasan pelanggan di Coffee Shop Dazed. Meskipun demikian, masih ada sekitar 69,3% variasi yang belum dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a) Daya Tanggap secara signifikan dan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b) Variabel lokasi secara signifikan dan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- c) F hitung sebesar 27,302 lebih besar daripada nilai F tabel yaitu 2,680. Sehingga menunjukkan H_0 diterima dan H_a ditolak. Dimaknai bahwa terdapat pengaruh Daya Tanggap dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan.

Saran

Sesuai dengan hasil penelitian yang sudah diuraikan, maka penulis memberikan saran dan masukan demi kemandirian Coffee Shop Dazed, sebagai berikut:

- a) Coffee Shop Dazed sebaiknya lebih memperhatikan daya tanggap pegawai dalam melayani pelanggan. Coffee shop dazed dapat memperbaiki kualitas pelayanan dari segi daya tanggap berupa kecepatan, ketepatan dan keramahan supaya pelanggan dapat merasa dihargai dan memberikan rekomendasi kepada orang terdekatnya.
- b) Dalam pemilihan lokasi, sebaiknya Coffee shop dazed memperhatikan tata letak logo agar terlihat jelas oleh pelanggan serta pemilihan lahan parkir yang harus memadai. Lokasi yang mempunyai lahan lebar dapat dijadikan pilihan untuk membuat suatu coffee shop. Coffee Shop Dazed diharapkan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki kualitas pelayanan baik dari segi pelayanan waktu, keramahan dan lokasi baik dari logo yang mudah terlihat oleh pelanggan, akses jalan yang dapat dilalui oleh transportasi apapun serta yang mudah dilihat aksesnya oleh pelanggan.

6. Daftar Pustaka

- Alamry, M. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-16.
- Andhika, A., Annisa, U. H., Intan, I. R., & Vicky, F. J. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus Café Inspirasi Corner). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2), 124-129.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 85-94.
- Desrianto, A. (2020). Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Fakhrudin, N. F. (2019). Pengaruh lokasi dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Amstirdam. 211.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Fikri, M. El, & Ritonga, H. M. (2017). Dampak strategi pemasaran terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurman Tools*, 8(2), 87-94.
- Fitriyani, S., & Lestari, A. W. (2022). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Vitabiotics Utama Jakarta Timur. *Manajemen & Pendidikan*, 1-13.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N., & Tarwan, O. (2018). Pengaruh emphaty, tangible, responsiveness, kedisiplinan pegawai terhadap kepuasan masyarakat di pemerintahan desa. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 1-16.
- Harto, K. S., Hakim, L., & Tibrani. (2022). Pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pelanggan di pelabuhan. *Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 477-494.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Karyadi, F. W., Budiwinarto, K., Rohwiyati, M., Mulyani, R., & Widayani, A. (2018). Pengaruh aspek tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy dalam pelayanan perbaikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor pusat Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Karanganyar. *Mutiara Madani*, 150-162.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lubis, M. S. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 1-16.
- Noerchoidah. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi orenztaxi) di Surabaya. *Bisnis dan Manajemen*, 80-90.
- Purba, M. P. (2021). Analisis kualitas pelayanan e-KTP di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pematang Siantar.
- Samsir, N. (2018). Pengaruh keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa di Mahakarya Photography. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 241-250.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction. *Economics, Business, and Management Research*, 330-341.
- Setyawati. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan citra institusi terhadap kepuasan pasien. *Madani: Jurnal Politik Dan Kemasyarakatan*, 10(2).
- Sibarani, C. G. G. T., Armayanti, N., Irwansyah, & Suharianto, J. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (J. Simarmata, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sudrajat, A., & Murniyati. (2018). Pengaruh kualitas tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan kompetensi tenaga penjualan terhadap kepuasan pelanggan (agency) PT Rajawali Citra Televisi Indonesia. *Akrab Juara*, 3(3), 96-105.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Tjiptono, F. (2012). *Service Quality Management*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Winata, E. (2023). The effect of service quality, facilities and location on customer satisfaction: A case study in the food industry. *International Journal of Law Policy and Governance*, 1-10.