

PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI JANJI JIWA

Institut Bisnis dan Komunikasi Swadaya (SWINS)

Mulyadi^{1*}, **Marthen Asa**²

Faculty Of Economic, Study Program Management, Swadaya Institute of Business
and Communication Jakarta, Indonesia.

Email: saminmulyadi@gmail.com

Abstrak

Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Janji Jiwa Lokasi kafe adalah elemen penting yang mempengaruhi seberapa mudah pelanggan dapat mengunjungi kafe. Kualitas produk kopi dan makanan yang disajikan di kafe termasuk rasa, kesegaran, dan variasi menu juga merupakan faktor yang signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa, apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengunjung kopi janji jiwa? Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan angket (kuesioner) sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di Jalan. Perintis Kemerdekaan Apartemen Oak Nomor Kav. 99 RT/RW 1/1 Pulo Gadung Kec. Pulo Gadung Kota Jakarta Timur Ibu Kota Jakarta 13260, (1) Lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. (3) Lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis ketiga (H_3) menggunakan uji F (simultan) diperoleh bahwa bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Analisis regresi linier berganda juga menghasilkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,547 yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 0,453 (45,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti: harga, kualitas produk, kualitas sumber daya manusia dalam hal ini kemampuan/skill yang dimiliki para petugas di Kopi Janji Jiwa, dan lain-lain. Kontribusi pengaruh di atas 50% menunjukkan pengaruh yang cukup besar, hal ini menandakan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan cukup besar memberikan dampak pada kepuasan konsumen terutama pada pengunjung di Kopi Janji Jiwa

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kopi Janji Jiwa

Abstract

The Influence of Location and Service Quality on Consumer Satisfaction at Kopi Janji Jiwa. The location of the cafe is an important element that influences how easily customers can visit the cafe. The quality of coffee and food products served in cafes including taste, freshness and menu variety are also significant factors in shaping customer perceptions. The aim of this research is to determine the quality of service on consumer satisfaction at Janji Jiwa coffee. Does service quality influence visitors to Janji Jiwa coffee? This type of research uses a quantitative approach with survey methods. Survey research is research that takes samples from a population and uses questionnaires as a data collection tool. This research was conducted at Jalan Perintis Independen Apartment Oak Apartments, No. Kav. 99 RT/RW 1/1 Pulo Gadung Kec. Pulo Gadung, East Jakarta City, Jakarta Capital City 13260 (1) Location has a significant and positive effect on consumer satisfaction with Kopi Janji Jiwa. (2) Service quality has a significant and positive influence on consumer satisfaction with Kopi Janji Jiwa. (3) Location and service quality simultaneously (together) have a significant effect on consumer satisfaction with Kopi Janji Jiwa. Based on the results of the analysis and testing of the third hypothesis (H_3) using the F test (simultaneous) it was found that location and service quality simultaneously (together) had a significant effect on consumer satisfaction with Kopi Janji Jiwa. Multiple linear regression analysis also produces values R Square (R^2) of 0.547, which means that the contribution of the influence of location variables and service quality to consumer satisfaction at Kopi Janji Jiwa is 54.7% and the remaining 0.453 (45.3%) is influenced by other variables not studied, such as: price, product quality, the quality of human resources, in this case the abilities/ skills of the officers at Kopi Janji Jiwa, and so on. An influence contribution above 50% shows quite a large influence, this indicates that the location and quality of service have quite a large impact on consumer satisfaction, especially for visitors to Kopi Janji Jiwa.

Keywords: Location, Service Quality, Consumer Satisfaction, Coffe Janji Jiwa

Submission date: 7 Oktober 2025

Accepted date: 10 Oktober 2025

PENDAHULUAN

Kafe menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat di era moderen ini khususnya bisnis yang berfokus pada kopi spesialis seperti kopi janji jiwa. Dalam industri yang semakin kompetitif ini pemahaman mendalam tentang faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangatlah penting, dua faktor kunci yang dianggap memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi pengalaman konsumen adalah lokasi dan kualitas produk.

Lokasi kafe adalah elemen penting yang mempengaruhi seberapa mudah pelanggan dapat mengunjungi kafe. Lokasi yang strategis seperti berada di pusat perkantoran pusat perbelanjaan atau daerah dengan lalu lintas yang tinggi dapat meningkatkan peluang kafe untuk menarik pelanggan. Selain itu, lokasi juga dapat menciptakan atmosfer tertentu yang dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan saat menikmati kopi.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan yang terkait dengan kualitas produk kopi dan makanan yang di sajikan di kafe termasuk rasa, kesegaran, dan variasi menu juga merupakan faktor yang signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan. Kualitas prodak yang konsisten dan memuaskan dapat menciptakan

pengalaman yang positif dan membangun loyalitas pelanggan.

Namun, meskipun lokasi dan kualitas produk kafe telah diidentifikasi sebagai faktor-faktor penting, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara kedua faktor ini dan kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menyelidiki sejauh mana lokasi dan kualitas produk berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh lokasi dan kualitas produk pada kafe janji jiwa terhadap kepuasan konsumen, diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik kafe dan industri kafe pada umumnya dalam upaya mereka untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan keberhasilan bisnis mereka. Penelitian ini lebih berfokus kepada pengunjung.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diklarifikasikan berbagai masalah sebagai berikut:

Kurangnya penelitian yang spesifik

Salah satu masalah utama adalah kurangnya penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh lokasi dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa. Penelitian sebelumnya mungkin telah memeriksa elemen-elemen ini secara terpisah, tetapi belum ada penelitian yang menggabungkannya dalam konteks kafe ini.

Dampak lokasi yang tidak diketahui

Meskipun lokasi dianggap penting dalam industri kafe belum ada pemahaman yang cukup tentang bagaimana lokasi yang berbeda, seperti kafe di pusat perbelanjaan, perkantoran, atau perumahan, mempengaruhi kepuasan konsumen secara khusus di kopi janji jiwa.

Variabilitas kualitas produk

Kualitas produk kopi dan makanan yang disajikan di kafe mungkin bervariasi dari waktu ke waktu. Ini mungkin menciptakan ketidakpastian dalam kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana fluktuasi kualitas ini mempengaruhi persepsi pelanggan.

Potensi interaksi faktor-faktor

Masalah penting lainnya adalah potensi interaksi antara lokasi dan kualitas produk. Apakah lokasi yang baik dapat mengkompensasi kualitas produk yang kurang baik atau sebaliknya? ini adalah pertanyaan yang perlu dijawab dalam penelitian.

Dampak terhadap bisnis kafe

Pemilik bisnis kafe termasuk janji jiwa sangat tertarik untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi kepuasan pelanggan karena berpotensi mempengaruhi pendapatan dan kesuksesan jangka panjang mereka. Dengan mengidentifikasi masalah-masalah ini penelitian anda akan memiliki dasar yang kuat untuk merancang metodologi penelitian yang tepat, mengumpulkan data yang relevan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam konteks pengaruh lokasi dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di industri makanan dan minuman, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih bagi konsumennya. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat adalah bisnis minuman kopi. Fenomena *coffee shop* tidak hanya menjadi tempat menikmati minuman, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya berbagai merek kedai kopi di berbagai daerah, salah satunya adalah Kopi Janji Jiwa.

Kopi Janji Jiwa merupakan salah satu merek kopi lokal yang berkembang pesat di Indonesia. Keberhasilan Kopi Janji Jiwa tidak hanya ditentukan oleh cita rasa produknya, tetapi juga oleh lokasi usaha yang strategis serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau, nyaman, dan berada di area dengan potensi pasar yang tinggi akan memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Sementara itu, kualitas pelayanan yang baik, seperti

kecepatan, keramahan, dan ketepatan penyajian, akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Kepuasan konsumen menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah bisnis. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi Kopi Janji Jiwa untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama terkait lokasi dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak manajemen dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap konsumen Kopi Janji Jiwa?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap konsumen Kopi Janji Jiwa?
3. Apakah Kopi Janji Jiwa memberikan kepuasan terhadap pengunjung?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa.

LITERATURE REVIEW

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengembangkan model dan instrumen pengukuran kualitas layanan yang dikenal dengan SERVQUAL, sebagai respon terhadap meningkatnya kebutuhan untuk memahami bagaimana konsumen menilai kualitas layanan. Sebelum penelitian ini, konsep kualitas lebih sering diterapkan pada produk fisik, sedangkan layanan bersifat intangible, heterogen, dan tidak dapat disimpan, sehingga pengukurannya menjadi kompleks.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, seperti perilaku konsumen, harga, gaya hidup, serta kualitas layanan. Penelitian ini berusaha memadukan faktor-faktor tersebut dalam satu kerangka analisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Structural Equation Modeling (SEM), menjadikan kualitas layanan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara variabel independen dan keputusan pembelian. Rizky, R., & Lestari, D. (2022).

Secara praktis, hasilnya memberikan rekomendasi kepada pengusaha kedai kopi dan sektor kuliner lainnya untuk, Menentukan lokasi dengan akses mudah dan parkir memadai, Meningkatkan kenyamanan dan keamanan lingkungan usaha, Melatih karyawan untuk menciptakan pengalaman konsumen yang positif.

Dengan strategi tersebut, perusahaan dapat membangun citra yang kuat serta mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Yuliana, A. (2021)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka (Creweel 2010).

Pendekatan kuantitatif ini penelitian akan bersifat *pre-determind*, peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis yang

spesifik, lalu mengumpulkan data untuk mendukung atau untuk menambah hipotesis-hipotesis tersebut. Pendekatan penelitian yang dalam menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi (Creweel 2010).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan didalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji validitas yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh pengetahuan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa.

Sugiyono (2012, hlm.) mengungkapkan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi penulis dan memudahkan penulis dalam mengarahkan penelitiannya, sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan penelitiannya dilakukan di Kopi Janji Jiwa Apartemen Oak Pulo Gadung. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang datang dengan total keseluruhannya 150 orang. Data primer penelitian ini berasal dari jawaban responden atas berbagai pertanyaan yang disampaikan melalui kuesioner terkait dengan pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi janji jiwa.

Ada 3 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas adalah Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), kepuasan konsumen (Y).

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan angket (koesioner) sebagai alat pengumpulan data (sugiyono 2013).

Lokasi dan Waktu Penelitia

Penelitian ini dilakukan di Kopi Janji Jiwa dengan waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan sekumpulan data yang direncanakan.

Populasi

Populasi penelitian adalah kumpulan individu atau objek yang menjadi focus penelitian ilmiah. Populasi dalam penelitian ini dengan jumlah anggota 150 orang pada Kopi Janji Jiwa.

Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (sugiyono (2020: 81). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Jumlah populasi dalam penelitian adalah seluruh Pengunjung Kopi Janji Jiwa yang berjumlah 150 pengunjung. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yang jumlah seluruh Pengunjung 150 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik slovin menurut sugiyono (2020:81). Adapun penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel, jumlah harus *representative* agar hasil penelitian dapat digenerealisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error toleran*)

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{150}{1 + (150) \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150 \times 0,01}$$

$$n = \frac{150}{1+1}$$

$$n = \frac{150}{2} = 75 \text{ responden}$$

maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 50 orang yang akan dijadikan responden.

Sumber Data

Sumber data adalah semua informasi yang diperoleh dari responden atau dari dokumen dalam bentuk statistik atau lainnya untuk penelitian yang bersangkutan. Ada dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh sebagai hasil survei lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data primer atau data yang diperoleh langsung di lapangan atau dari sumber langsung. Dalam hal ini peneliti memperoleh data dengan melakukan observasi dan wawancara.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan disusun oleh penelitian sebelumnya atau diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Dalam hal ini sumber data sekunder untuk penelitian ini diperoleh dari jurnal, sumber buku, internet dan dari tesis.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian sebagai sumber data.

Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mencatat dan melihat data yang ada pada obyek penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diangkat

Teknik Analisis Data

Pengujian Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2 - \sum N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah subyek

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali nilai X dan Y

$\sum X$ = Jumlah hasil kali nilai X

$\sum Y$ = Jumlah hasil kali nilai Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Untuk mempermudah proses uji validitas, maka dilakukan pengujian instrumen menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Reliabilitas sama dengan konsistensi atau keajegan. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila instrumen penelitian tersebut memiliki hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan *cornbach alpha* karena penelitian instrumen ini menggunakan angket maka rumusnya:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai Reliabilitas
- $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- S_t = Varians total
- k = Jumlah item

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama (Triton, 2005), maka ukuran kemantapan *Alpha* dapat diinterpretasi sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel;
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,20 s.d. 0,40, berarti agak reliabel;
- c. Nilai *aplha cronbach* 0,40 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel;
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,60 s.d. 0,80, berarti reliabel;
- e. Nilai *alpha cronbach* 0.80 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Untuk mempermudah proses uji reliabilitas, maka dilakukan pengujian instrumen menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasarat statistik yang harus dipenuhi apabila analisis data dilakukan menggunakan regresi linier bik sederhana maupun berganda (Ansofino dkk, 2016). Analisis data pada data sekunder tidak terkontrol biasanya oleh peneliti dan data yang disajikan juga beragam, karena adanya perdagangan yang tidak sinkron akibat dari bentuk bentuk Pasar Modal Indonesia masih setengah kuat (*semi-strong form*) dan pasar modal masih tergolong *stin market* maka dapat dilakukan uji asumsi klasik (Chandrarin 2017).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ansofino dkk, 2016). Uji normlaitas dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak, digunakan pengujian statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (*lilliefors*) dengan *level of significant* (α) 5%. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai tingkat signifikansi $L > 0.05$ atau $L_{hitung} < L_{tabel}$, maka normalitas data terpenuhi atau terdistribusi normal.
- b. Apabila nilai tingkat signifikansi $L < 0.05$ atau $L_{hitung} > L_{tabel}$, maka normalitas data tidak terpenuhi atau terdistribusi tidak normal.

Uji normalitas juga dapat dilihat dari *Scater Diagram* antara skor peluang normal dengan data asli. Jika membentuk garis lurus mendekati sudut 45° , maka data mendekati sebaran normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ansofino dkk, 2016). Multikolinieritas terjadi apabila variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat atau diantara variabel bebas berkorelasi mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. deteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) (Zulfikar, 2016):

- a. Jika $VIF < 10$ dan nilai tolerance < 0.1 bebas dari multikolinieritas;
- b. Jika $VIF > 10$ dan nilai tolerance > 0.1 terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ansofino dkk, 2016). Hasil uji Uji heteroskedastisitas jika variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut. Heteroskedastisitas dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scaterplot* Heteroskedastisitas (Zulfikar, 2016).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier Berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011).

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

Keterangan:

Y	=	Kualitas laporan keuangan
a	=	konstanta
e	=	Koefisien regresi
b_1X_1	=	Lokasi
b_2X_2	=	Kualitas pelayanan
e	=	Error

Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui besaran nilai/persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinan dapat menjelaskan bahwa semakin baik nilai empirik (Chandrarin, 2017).

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Variabel (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara terhadap variabel terikat dengan formasi kriteria besaran nilai t dan nilai signifikansi p. Hasil

anaisis jika menunjukkan nilai $p \leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada level alfa sebesar 5%, sebaliknya jika nilai $p \geq 0,05$ maka variabel independen tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada level alfa sebesar 5%. Hasil analisis uji t signifikan dan jika diperoleh nilai koefisien regresinya positif, maka terdapat pengaruh searah (*comovement*) antara variabel independen terhadap dependen, sebaliknya jika nilai koefisien regresi negatif maka terdapat pengaruh berlawanan (*contramovement*) antara variabel independen terhadap dependen (Chandrarin, 2017).

Uji Ketepatan/Keberartian Model (Uji F)

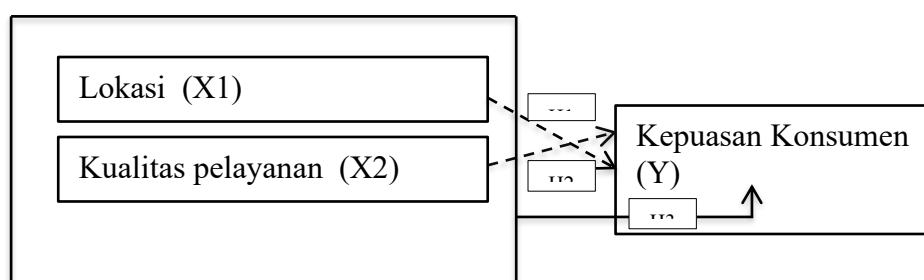
Uji F dilakukan untuk menguji apakah pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat sebagaimana yang telah diformulasikan dalam model regresi sudah tepat (*fit*). Uji F dilakukan dengan kriteria pengujian besaran nilai F dan signifikansi p, Hasil anaisis jika menunjukkan nilai $p \leq 0,05$ maka model persamaan regresnya signifikan pada level alfa sebesar 5%, sehingga disimpulkan model yang difomulasikan dalam persamaan regresi linier sudah tepat. Hasil analisis jika sebaliknya nilai $p \geq 0,05$ maka variabel persamaan regresnya tidak signifikan pada level alfa sebesar 5%, sehingga disimpulkan model yang difomulasikan dalam persamaan regresi linier belum tepat (Chandrarin, 2017).

Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan dan masih harus dibuktikan kebenarannya (Sugiyono, 2017;63). Berdasarkan penjelasan tersebut didapatkan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Diduga kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli konsumen di Kopi Janji Jiwa
- H2: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen di Kopi Janji Jiwa
- H3: Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli konsumen di Kopi Janji Jiwa.

Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir.

Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi adalah menyakut pemilihan lokasi yang strategis dan tempat melayani konsumen untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi. Penentuan lokasi yang tepat bagi perusahaan agar membuat konsumen merasa puas dan mempunyai minat untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait sehingga konsumen bisa merekomendasikan kepada teman dan keluarga.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah tingkat ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu

sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau konsumen dapat terpenuhi sehingga konsumen terpuaskan.

Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Adapun uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Pengujian validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Uji Validitas

No.	r_{hitung}			r_{tabel}	Keterangan
	X_1	X_2	Y		
1.	0,498	0,582	0,592	0,227	Valid
2.	0,483	0,377	0,540	0,227	Valid
3.	0,469	0,725	0,500	0,227	Valid
4.	0,528	0,601	0,714	0,227	Valid
5.	0,501	0,620	0,516	0,227	Valid
6.	0,533	0,602	0,585	0,227	Valid
7.	0,620	0,628	0,519	0,227	Valid
8.	0,558	0,609	0,577	0,227	Valid
9.	0,547	0,666	0,610	0,227	Valid
10.	0,469	0,607	0,587	0,227	Valid
11.	0,558	0,520	0,610	0,227	Valid
12.	0,547	0,717	0,500	0,227	Valid
13.	0,469	0,593	0,613	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) masing-masing memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang mana nilai r_{tabel} dari 75 sampel adalah 0,227 dengan nilai signifikan 5% ($p\ value < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas kuesioner untuk mengetahui apakah hasil pengukuran data yang diperoleh memenuhi syarat reliabilitas atau tidak. Kriteria reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* adalah apabila hasil korelasi *alpha* lebih besar dari 0,6 maka instrumen dikatakan reliabel dan sebaliknya. Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No.	<i>Cronbach Alpha</i>			<i>Alpha</i>	Keterangan
	X_1	X_2	Y		
1.	0,772	0,737	0,728	0,600	Reliabel

No.	Cronbach Alpha			Alpha	Keterangan
	X ₁	X ₂	Y		
2.	0,772	0,746	0,731	0,600	Reliabel
3.	0,772	0,728	0,732	0,600	Reliabel
4.	0,768	0,736	0,721	0,600	Reliabel
5.	0,769	0,735	0,731	0,600	Reliabel
6.	0,767	0,734	0,728	0,600	Reliabel
7.	0,762	0,734	0,731	0,600	Reliabel
8.	0,762	0,734	0,728	0,600	Reliabel
9.	0,764	0,730	0,726	0,600	Reliabel
10.	0,767	0,737	0,728	0,600	Reliabel
11.	0,762	0,739	0,726	0,600	Reliabel
12.	0,764	0,727	0,732	0,600	Reliabel
13.	0,767	0,734	0,727	0,600	Reliabel

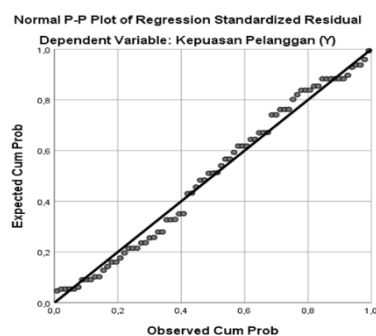
Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel lokasi (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan kepuasan konsumen (Y) yang masing-masing pertanyaan mempunyai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian berarti bahwa item pernyataan untuk semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi data variabel bebas dan variabel terikat adalah normal. Normalitas dapat diketahui dari *normal probability plot*, sedangkan model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun data dinyatakan normal jika data (titik) mengikuti dan membentuk garis lurus mendekati sudut 45°. Adapun untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak dilihat pada gambar normal *P-Plot Of Regression Standarized Residual* sebagai berikut:



Gambar 2 Uji Normalitas
 Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 1, menunjukkan bahwa penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik normal *P-Plot Of Regression Standarized Residual* berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang membentuk sudut 45°, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan memenuhi uji normalitas (normal).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui antara variabel independen yang satu dengan independen yang lain dalam regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. sedangkan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10,0 maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila VIF < 10,0 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam penelitian ini diperoleh nilai VIF seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

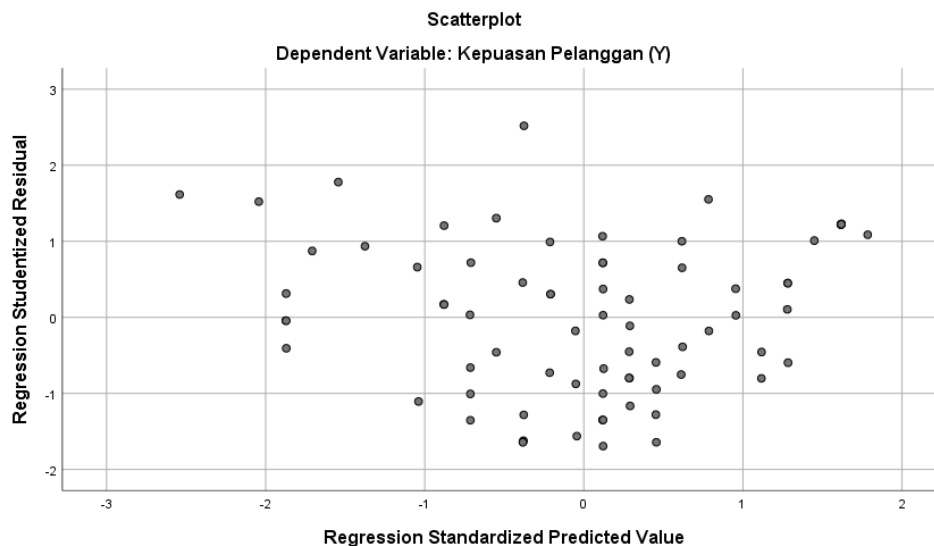
Variabel	Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
X ₁	0,992	1,008	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X ₂	0,992	1,008	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa semua variabel independent (X) yaitu lokasi (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) masing-masing memiliki nilai VIF sebesar 1,008 < 10,0 dan nilai *tolerance* sebesar 0,992 > 0,10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas atau tidak memiliki korelasi antar variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun kriteria pengambilan keputusan dilakukan jika penyebaran data (titik) terletak disekitar nilai 0 dari sumbu X dan Y. Adapun untuk mengetahui terjadi gejala heterokedastisitas atau tidak dapat dilihat pada gambar grafik plot berikut berikut:



Sumber: Data diolah, 2025
Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2, menunjukkan bahwa terdapat pola penyebaran data yang jelas, atau dengan kata lain tidak terjadi penumpukkan data pada satu titik saja, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas atau tidak

terdapat kesamaan variance dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Analisis Data

Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan nilai terendah (*minimum*), tertinggi (*maximum*), dan rata-rata (*mean*) dari setiap variabel, yang diuraikan sebagai berikut berikut.

Tabel 4 Deskriptif Variabel

Variabel	Terendah	Tertinggi	Rata-Rata
Lokasi (X_1)	10,00	35,00	29,8571
Kualitas pelayanan (X_2)	12,00	35,00	28,6429
Kepuasan konsumen (Y)	12,00	35,00	28,3571

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_1) memiliki skor terendah 10,00 dan tertinggi 35,00 serta rata-rata adalah 29,86. Variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki skor terendah 12,00 dan tertinggi 35,00 serta rata-rata adalah 28,64. Variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki skor terendah 12,00 dan tertinggi 35,00, serta rata-rata adalah 28,36.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	Ket.
	(B)	Std. Error		
Konstanta	36,038	6,875		Positif
X_1	0,306	0,135	0,449	Positif
X_2	0,400	0,057	0,640	Positif

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, diketahui maka didapatkan model persamaan regresi sebagai berikut.

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

$$Y = 36,038 + 0,306 + 0,400$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 36,038, artinya jika nilai variabel lokasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya 0, maka variabel kepuasan konsumen (Y) nilainya adalah sebesar 36,038.
- Koefisien regresi variabel lokasi (X_1) sebesar 0,306 artinya jika variabel lokasi (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,306 dan sebaliknya jika variabel lokasi (X_1) mengalami penurunan sebesar 1, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami penurunan juga sebesar 0,306. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen.

- c. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,400 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan 0,400 dan sebaliknya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) mengalami penurunan sebesar 1, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami penurunan juga sebesar 0,400. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Koefisien Regresi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
0,740 ^a	0,547	0,530	2,92786

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan bahwa hasil analisis regresi berganda menghasilkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,547 yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 0,453 (45,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

Uji t Parsial

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara parsial lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Adapun besarnya nilai masing-masing pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel 7 Hasil Uji t Parsial

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig t
Lokasi (X_1)	2,262	1,995	0,027
Kualitas pelayanan (X_2)	7,040		0,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diketahui sebagai berikut.

- Variabel lokasi (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,262 \geq 1,995$) dengan nilai signifikan 0,027 ($p \text{ value} \leq 0,05$) sehingga hipotesis H_1 diterima yaitu lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa.
- Variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($7,040 \geq 1,995$) dengan nilai signifikan 0,000 ($p \text{ value} \leq 0,05$) sehingga hipotesis H_2 diterima yaitu kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} sebagai berikut.

Tabel 8 Uji F (Simultan)

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig F
Lokasi (X_1)	24,984	3,124	0,000
Kualitas pelayanan (X_3)			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa nilai variabel lokasi dan kualitas pelayanan memiliki nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($24,984 \geq 3,124$) dengan nilai signifikan 0,000 ($p\ value \leq 0,05$), sehingga hipotesis H_3 diterima yaitu variabel lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa.

PEMBAHASAN

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis pertama (H_1) menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Hasil analisis regresi linier berganda juga diperoleh nilai koefisien regresi positif, artinya variabel lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Adanya pengaruh positif variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen memberikan gambaran bahwa Variabel lokasi yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen berarti bahwa lokasi dari suatu usaha atau layanan memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Dalam konteks ini, lokasi bisa merujuk pada berbagai aspek, seperti aksesibilitas, kenyamanan, atau lingkungan sekitar. Misalnya, jika suatu usaha berlokasi di tempat yang mudah diakses, memiliki fasilitas parkir yang memadai, atau berada di lingkungan yang menyenangkan, hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika lokasi usaha sulit dijangkau atau kurang nyaman, ini bisa berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan dkk (2019), Desfianto dan Afridola (2020), dan penelitian Wafi dkk (2023) yang sama-sama membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan dukungan bahwa pengunjung kafe akan merasa puas apabila lokasi Kopi Janji Jiwa dapat memberikan kenyamanan, sesuai dengan harapan pengunjung, memiliki tempat parkir yang luas, mudah diakses, dan kondisi bersih dan nyaman akan memberikan dampak positif yaitu akan memberikan respon yang baik kepada pengunjung, dimana pengunjung akan merasa puas karena tidak sia-sia datang di Kopi Janji Jiwa.

Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses bagi pengunjung, sehingga hal ini akan memberikan dampak pada persepsi konsumen selaku pengunjung di Kopi Janji Jiwa. Pelanggan akan merasa puas ketika Kopi Janji Jiwa mudah dijangkau, terlihat dengan jelas dari pinggir jalan, berada di jalan yang strategis, tersedianya fasilitas parkir yang memadai. Keberadaan lokasi dan fasilitas yang ditawarkan tentu memberikan kesan istimewa bagi pengunjung ketika hal yang diharapkan dapat di Kopi Janji Jiwa dapat diperoleh dengan baik, sehingga hal ini akan memberikan respon yang positif bagi pengunjung yaitu timbul rasa puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis kedua (H_2) menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Sedangkan pada analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi positif, artinya bahwa ada pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

memberikan arti bahwa terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, dengan kata lain semakin tinggi atau baiknya kualitas pelayanan Kopi Janji Jiwa maka akan tinggi pula kepuasan pengunjung, sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk atau rendah maka tingkat kepuasan pengunjung juga menurun.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desfrianto dan Afridola (2020), dan penelitian Wafi dkk (2023), yang sama-sama membuktikan bahwa bahwa kualitas pelayanan secara positif berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pengunjung. Temua penelitian ini tentu sejalan juga dengan pendapat Tjiptono dan Chandra (2011) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sehingga peneliti dapat berasumsi bahwa Kopi Janji Jiwa yang memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen maka hal ini tentu akan memberikan respon kepada konsumen yang berkunjung, dimana konsumen akan merasa bahwa ada timbal balik dari nilai yang dibayarkan, yaitu konsumen akan memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapannya.

Berdasarkan pendapat Tjiptono dan Chandra (2011) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan menggambarkan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka peneliti juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan tentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hal ini dikarenakan Kopi Janji Jiwa merupakan sektor usaha yang masuk kategori sektor jasa, sehingga diperlukan kualitas pelayanan yang baik untuk memikat hati para pengunjung. Kualitas pelayanan yang tinggi dan sesuai dengan harapan pengunjung, tentu akan membawa dampak kepuasan pada pengunjung, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis ketiga (H_3) menggunakan uji F (simultan) diperoleh bahwa bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa. Analisis regresi linier berganda juga menghasilkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,547 yang berarti bahwa kontribusi pengaruh variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 0,453 (45,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti: harga, kualitas produk, kualitas sumber daya manusia dalam hal ini kemampuan / skill yang dimiliki para petugas di Kopi Janji Jiwa, dan lain-lain. Kontribusi pengaruh di atas 50% menunjukkan pengaruh yang cukup besar, hal ini menandakan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan cukup besar memberikan dampak pada kepuasan konsumen terutama pada pengunjung di Kopi Janji Jiwa.

Variabel lokasi dan kualitas pelayanan tentu sangat erat kaitannya dengan usaha di bidang sektor jasa, hal ini dikarenakan setiap pelanggan dalam hal ini konsumen yang berkunjung di Kopi Janji Jiwa tentu berharap lokasi yang dituju mudah dijangkau dan tentu memberikan rasa aman dan nyaman, serta memperoleh pelayanan yang baik. Keberadaan tempat santai berupa *cafe* dengan kriteria yang dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka tentu akan menimbulkan persepsi puas, karena apa yang diharapkan dapat dicapai, sehingga hal ini akan menimbulkan rasa untuk kembali melakukan pembelian di Kopi Janji Jiwa di kemudian hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Janji Jiwa, jika dibandingkan dengan lokasi. Hal ini karena kualitas pelayanan langsung mempengaruhi pengalaman konsumen dan dapat membangun kepercayaan konsumen. Jika konsumen merasa dihargai dan dilayani dengan baik, mereka akan merasa lebih puas. Selain itu, pelanggan yang puas dengan pelayanan yang mereka terima lebih mungkin untuk kembali dan melakukan transaksi di Kopi Janji Jiwa. Sementara itu, meskipun lokasi penting, mungkin tidak sebesar pengaruh kualitas pelayanan. Misalnya, suatu usaha mungkin berlokasi di tempat yang mudah diakses, tetapi jika pelayanannya buruk, pelanggan mungkin tidak merasa puas. Oleh karena itu, penting bagi usaha untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen mereka dalam hal ini.

REFERENSI

- Abdullah, Dayang N.M.A. & Francine Rozario. (2009) " *Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry*", *World Academy of Science, Engineering and Technology* 53
- Ansofino., Jolianis., Yolamalinda., Arfilindo, Hagi. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ayse Ozfer Ozcelik, L. S.A. a. M. S. S. 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal*, 2(1) 43-50.
- Chandrarin, Grahita. (2017). *Metode Riset Akuntansi, Pendekatan Kuantitati*. Jakarta: Salemba Medika.
- Chase, et al. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage with Global Case*. New York: Prentice Hall
- Daga Rosnaini. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan, Makasar, 14 Mei 2017.
- Desrianto., dan Afridola, Sri. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8 (1)2020 – 2033. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28054>. Akses Tanggal 18 Desember 2023, Pk.08:10
- Fandy Tjiptono. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Bidang Ekonomi Manajemen dan Akuntansi)*. ISSN, 2598-8107.
- Fu'ad, N.E. 2015. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30 (1), 62-5
- Fure, H. (2013). Lokasi,Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko.H. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Haming, Murdifin. DanNurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern:Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Heizer, Jay. dan Render, Barry. 2009. *Manajemen Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Iswayanti Ika Putri. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. Hal 13. Universitas Diponegoro. Semarang.http://eprints.undip.ac.id/234701/Skripsi_Ika_Putri_Iswayanti_C2A606054.pdf akses 5 April 2013.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. 2006. Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Malaysia Public Listen Companys. *Manajerial Auditing Journal*, 21(7), pp:738- 756.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 1(3): h:275-293.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Keller Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition, Prentice Hall Pearson, USA
- Lupiyoadi, Rambat, "Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik", SalembaEmpat.
- Luthfia Widha Emil.(2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang*. Hal 19. Universitas Diponegoro.

- Semarang.<http://eprints.undip.ac.id/369281/LUTHFIA.pdf> akses 5 April 2013
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, Sandra. 2007. Strategi Public Relations. Jakarta : Esensi.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peter, J. Paul., dan Jerry, C. O. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Rizky, R., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Kenangan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Modern*, 6(1), 55–67.
- Sernovitz, Andy. 2012. Word of mouth Marketing. Kaplan Inc, New York.
- Setiawan, Rido., Kosasih., dan Sudrajat, Ajat. (2019). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Buletin Studi Ekonomi*, 24 (2) : 167 – 171. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/52597>. Akses Tanggal 18 Desember 2023, Pk.08:19.
- Simon E. " Pengaruh Kualitas produk dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Survey Pada Toko Boneka Angsaka Cijerah).*Jurnal. Universitas Komputer Indonesia*. 2014.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet, CV.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (4th ed.). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tarigan, R. (2006). *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandhy dan Chandra Gregorius. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandhy. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, “Pemasaran Strategik”, Andi. Yogyakarta, 2012.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Triton. (2005). *Terapan Riset Parametrik*. Yogyakarta: Andi.
- Wafi, Ramanda Jundi., Maharani, Nina., dan Rohandi, Mochamad Malik Akbar. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Teras Sentani. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3 (2). <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSBM/article/view/9428>. Akses Tanggal 18 Desember 2023, Pk.08:00
- Wahyudi, N. dan Heriyanto, A.E, 2014. Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang. *Jurnal Ekonomi Universitas Samarinda*
- Yuliana, A. (2021). Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gerai Kopi di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 4(3), 201–210.
- Zulfikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistik*. Yogyakarta: Budi Utama.

