

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang)

Loredah Paulina Nainggolan¹, Ari Pradhanawati² & Wahyu Hidayat³
l.paulina.nainggolan@gmail.com

ABSTRACT

Along with the growth in the culinary business in Semarang, leading to higher level competition faced by Stove Syndicate Cafe Semarang. The decline in sales and number of visitors in Stove Syndicate Cafe Semarang indicate less than optimal customer satisfaction. This study aimed to determine the effect of service quality, product diversity, and location take effect customer satisfaction Stove Syndicate Cafe Semarang.

This type of research is explanatory research design to data collection tool is questionnaire. This study used 100 respondents, consumer Stove Syndicate Cafe Semarang which has been a purchase more than second times . The sampling technique of this research is non probability sampling with accidental sampling approach. Test equipment instruments used are validity and reliability testing. Analysis of the data used is the correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, t test, multiple linear regression, and F test.

Based on the results of analysis show that in partial quality of service contributed influence on customer satisfaction by 57,2%, the variable product diversity contributed influence on customer satisfaction by .52,5% and location variables contributing influence on customer satisfaction by 51.1%. Simultaneously, quality of service, product diversity and location of contributing influence on customer satisfaction by 71.1%.

The conclusion of this study indicate quality of service, product diversity, and location partially and simultaneously influence customer satisfaction Trans Stove Syndicate Cafe Semarang. Based on these results, the manager Stove Syndicate Cafe Semarang should be able to improve and continue to develop the quality of service to match the benefits of consumers, the diversity of existing products as well as continue to consistently innovate and improve the facilities associated with the location to be able to improve customer satisfaction stove Syndicate Cafe Semarang.

Keywords: Service Quality, Product Diversity, Location, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Seiring dengan pertumbuhan bisnis kuliner di Kota Semarang, menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan yang dihadapi oleh Stove Syndicate Cafe Semarang. Penurunan penjualan dan jumlah pengunjung di Stove Syndicate Cafe Semarang mengindikasikan kurang optimalnya kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Tipe penelitian ini adalah *eksplanatory research design* dengan alat pengumpulan data yaitu kuesioner. Penelitian ini menggunakan 100 responden yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling*

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

dengan pendekatan *accidental sampling*. Alat uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, regresi linier berganda, dan uji F.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,2%, variabel keragaman produk memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52,5% dan variabel lokasi memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,1%. Secara simultan kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 71,1%.

Simpulan penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi secara parsial maupun simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang. Berdasarkan hasil tersebut, pihak pengelola Stove Syndicate Cafe Semarang harus mampu memperbaiki dan terus mengembangkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen, mempertahankan keragaman produk yang sudah ada serta terus konsisten melakukan inovasi, dan memperbaiki sarana yang berkaitan dengan lokasi supaya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis serta teknologi akhir – akhir ini telah muncul suatu gejala, yang semakin banyak dan beragamnya produk – produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada industri yang sama hal ini membuat persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis semakin dituntut untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang pangsanya pasarnya tidak mengenal umur. Siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati sajian kuliner yang kini menjamur. Saat ini dapat dilihat makin banyak kafe, rumah makan, dan bahkan warung tenda bermunculan diberbagai tempat di kota Semarang baik yang berlokasi di dalam sebuah pusat perbelanjaan, di pinggir jalan raya maupun di daerah perumahan. Dengan makin maraknya persaingan antara usaha kuliner saat ini, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyak perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relation release*.

Stove Syndicate Cafe telah beroperasi sejak awal tahun 2011. Stove Syndicate Cafe merupakan kafe yang menjual produk makanan khas Eropa berupa *waffle* dan memiliki desain kafe yang unik berkonsep rumah kayu. Melalui konsep tersebut restoran ini tentu saja mengharapkan dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi. Dengan berusaha memberikan dan mempertahankan pelayanan yang memadai atau meningkatkan pelayanannya walaupun harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan konsumen, maka mereka akan puas, apabila konsumen merasa puas

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

maka mereka akan kembali untuk melakukan pembelian ulang dan tidak menutup kemungkinan menjadi pelanggan tetap.

Menurut data yang peneliti peroleh, dalam empat tahun terakhir yaitu 2012-2015 terdapat banyak penurunan jumlah pengunjung (konsumen) Stove Syndicate Cafe Semarang. Meskipun demikian, penurunan jumlah pengunjung (konsumen) tiap tahunnya tidak di ikuti oleh pencapaian target jumlah pengunjung (konsumen) yang fluktuatif. Berkaitan dengan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang).** ”

KERANGKA TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayan sendiri yang menjadi ukuran bagi pelanggan baik dan tidaknya suatu produk atau jasa yang telah mereka gunakan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.. Menurut Wyckof dalam bukunya (Tjiptono, 2006:59) kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dari pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Parasuman dan kawan-kawan dalam bukunya (Tjiptono, 2006:70) menemukan sepuluh dimensi yang ada dirangkum menjadi lima dimensi pokok meliputi: 1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, 2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, 3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, 4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, 5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan diatas, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan pelanggan yang didukung dari faktor internal perusahaan seperti fasilitas penunjang operasional perusahaan, kemampuan maupun kesopanan dari karyawan penyedia jasa dalam memberikan layanan kepada konsumennya, rasa empati perusahaan terhadap para konsumen, serta rasa aman dan jaminan kepada konsumen pasca pembelian maupun waktu mengkonsumsi jasa tersebut.

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Keragaman Produk

Keragaman produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain ini berarti perusahaan gagal memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Peter dan Olson (2000 : 66), setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama. Jika restoran menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen agar bersantap di tempatnya. Karena, semakin banyak pilihan yang disediakan oleh restoran, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu atau produk sesuai keinginannya. Hal ini tentu menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan menu atau produk yang akan dia konsumsi. Menurut Taylor Randall (2008 : 31) mengemukakan sebagai berikut :

Angka pertumbuhan perusahaan dengan profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan keanekaragaman produk akibat permintaan konsumen. Beberapa industri yang melakukan keanekaragaman produk dapat meningkatkan volume penjualan dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Hal ini tentu memberikan tantangan besar bagi setiap perusahaan dalam merancang keanekaragaman suatu produk. Keputusan dari keanekaragaman produk meliputi :

1. Dimensi keanekaragaman produk yang dipilih oleh perusahaan dalam pemasaran.
2. Hubungan antara konsumen dan saluran distribusi.
3. Lokasi produksi.
4. Proses teknologi.
5. Lokasi di tempat yang sama, dan
6. Bentuk produk .

Menurut Kotler (2002 : 347) Keanekaragaman produk adalah salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produknya karena keanekaragaman produk dapat memberikan keuntungan dan kepuasan bagi konsumen.

Lokasi

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi dalam kegiatannya (Lupiyoadi, 2006 : 73).

Dalam membuat rencana bisnis, pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi, sebagai salah satu faktor mendasar, yang sangat berpengaruh pada penghasilan dan biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Lokasi usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya, dan kemudahannya mencapai konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap kenyamanan pembeli dan juga kenyamanan pemilik usaha.

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Lokasi juga menentukan kesuksesan suatu jasa karena lokasi memiliki hubungan yang erat dengan pasar potensial suatu perusahaan. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek – aspek yang sifatnya kapital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar – benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan – perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan di masa mendatang (Tjiptono, 2007 : 41).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam praktik pemasaran serta merupakan salah satu tujuan essensial bagi aktivitas bisnis. Setiap perusahaan tentu akan meminimalkan sesuatu yang membuat pelanggannya tidak puas dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Kotler dan Amstrong (2002 : 9), Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi dibanding harapan pelanggan, maka konsumennya merasa puas atau sangat gembira.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003 : 75) definisi kepuasan adalah : respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Konsep kepuasan juga bukan hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Pengertian lain mengenai kepuasan konsumen dikemukakan oleh (Engel, et al dalam Tjiptono 2007 : 146) Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif dipilih sekurang – kurangnya sama atau meliputi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat

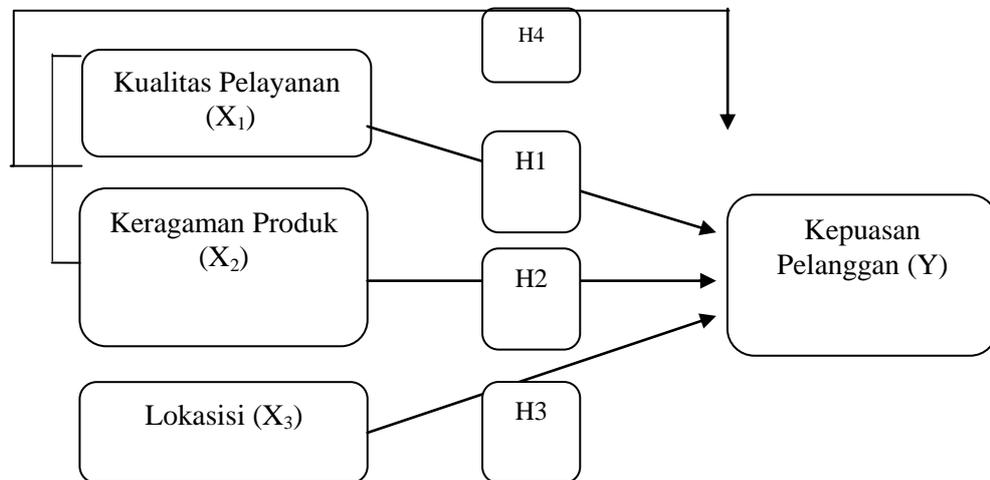
¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (sugiyono, 2010:93).

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Hasil Pengembangan Dalam Penelitian, 2016

Atas dasar pertimbangan dalam rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang
- H2 : Terdapat pengaruh antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang
- H3 : Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang
- H4 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi secara bersama - sama terhadap kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatory research, yaitu untuk menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya dengan pengujian hipotesis. Pada penelitian ini akan menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Stove Syndicate Cafe Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Alasan yang digunakan sebagai dasar menentukan jumlah

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

responden dengan pertimbangan bahwa jumlah pengunjung Stove Syndicate Cafe tidak tetap karena populasinya tidak dapat dipastikan jumlahnya.

Menurut Cooper (1996 :221) dituliskan bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlah sampel ditentukan secara langsung sebesar 100. Jumlah sampel 100 sudah memenuhi syarat suatu sampel dikatakan representatif. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang cukup mewakili untuk diteliti.

Sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sedangkan untuk pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier dan uji signifikansi digunakan untuk membuktikan hipotesis dengan bantuan SPSS 22.0.

Adapun kriteria sampel yang dipilih, yakni:

1. Responden merupakan konsumen yang dalam 12 bulan terakhir minimal 2 kali melakukan transaksi pembelian di Stove Syndicate Cafe Semarang.
2. Usia minimal 17 tahun.
3. Dapat diwawancarai dan bersedia mengisi kuesioner

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Tabel 1.1 Hasil Penelitian

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Koefisien Determinasi (R ²)	Uji T	Uji F
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ($Y = 3,467 + 0,218 X_1 + e$)	0,757	0,572 (57,2%)	t hitung (11,456) > t tabel (1,9844),	
Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ($Y = 7,203 + 0,546 X_2 + e$)	0,727	0,525 (52,2%)	t hitung (11,401) > ttabel (1,9844),	
Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan ($Y = 6,111 + 0,686 X_3 + e$)	0,756	0,511 (51,1%)	t hitung (11,422) > t tabel (1,9844),	
Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan ($Y = 1,868 + 0,068X_1 + 0,214X_2 + 0,391X_3 + e$)	0,843	0,711 (71,1%)		F hitung (78,585) > F tabel (3,9391)

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1.1 di atas dapat diketahui

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 3,467 + 0,218 X_1 + e$ yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi, kualitas pelayanan Stove Syndicate Cafe Semarang, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang, artinya semakin tinggi Kualitas pelayanan Stove Syndicate Cafe Semarang terhadap tingkat daya tanggap karyawan Stove Syndicate Cafe Semarang, keandalan karyawan Stove Syndicate Cafe Semarang yang positif di benak konsumen, jaminan bagi penggunaannya, kenyamanan dalam penggunaan fasilitas Stove Syndicate Cafe Semarang, kebersihan Stove Syndicate Cafe Semarang dan tingkat ketersediaan fasilitas Stove Syndicate Cafe Semarang yang baik, maka semakin tinggi pula tingkat kemampuan kualitas pelayanan dalam membangkitkan rasa suka konsumen, keyakinan konsumen untuk berkunjung dan kepuasan konsumen dalam menggunakan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 7,203 + 0,546 X_2 + e$ yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin beragam produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin tidak beragam produk maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 6,111 + 0,686 X_3 + e$ yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin strategis lokasi maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin tidak strategis maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan Stove Syndicate Cafe Semarang.

Hasil ini juga, menunjukkan bahwa ketiga variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi mempunyai pengaruh secara bersama – sama yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier berganda $Y = 1,868 + 0,068X_1 + 0,214X_2 + 0,391X_3 + e$.

Hasil pengujian uji- t menunjukkan bahwa seluruh nilai t hitung dari setiap variabel > t tabel (1,9845). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung (78,585) > F tabel (3,9391). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Terdapat hubungan kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,757. Variabel kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 57,2% dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman Produk mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,727. Variabel keragaman produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 52,2%. Lokasi mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,756. Variabel lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 51,1%.

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,843. Secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan lokasi berkontribusi sebesar 71,1% dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Stove Syndicate Cafe Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam memenuhi keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting sebagai pertimbangan responden untuk mencapai tingkat kepuasan dalam menggunakan jasa Stove Syndicate Cafe Semarang. Penelitian ini melihat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat diketahui dari dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung. Hasil penelitian memperlihatkan secara umum kualitas pelayanan Stove Syndicate Cafe Semarang dipersepsikan baik oleh responden. Sehingga dalam penelitian ini bagi mereka yang mempersepsikan kualitas pelayanan baik maka kepuasan penggunaanya juga baik.
2. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa keragaman produk (menu) pada Stove Syndicate Cafe Semarang termasuk dalam katagori bervariasi. Hal ini membuktikan bahwa Stove Syndicate Cafe Semarang sudah dengan baik dalam menciptakan penawaran yang beragam demi pemenuhan kepuasan konsumen serta keinginan konsumen yang beragam dan berbeda – beda pula. Hasil penelitian memperlihatkan secara umum keragaman produk (menu) Stove Syndicate Cafe Semarang dipersepsikan bervariasi oleh responden. Sehingga dalam penelitian ini bagi mereka yang mempersepsikan keragaman produk (menu) bervariasi maka kepuasan penggunaanya juga baik.
3. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa lokasi Stove Syndicate Cafe Semarang termasuk dalam katagori strategis. Hal ini membuktikan bahwa Stove Syndicate Cafe Semarang sudah dengan tepat memilih lokasi yaitu dekat dengan tempat tinggal para konsumen yang sebagian besar adalah kalangan mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen akan menimbulkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian memperlihatkan secara umum lokasi Stove Syndicate Cafe Semarang dipersepsikan strategis oleh responden. Sehingga dalam penelitian ini bagi mereka yang mempersepsikan lokasi strategis maka kepuasan penggunaanya juga baik.
4. Kepuasan konsumen pada Stove Syndicate Cafe Semarang termasuk dalam katagori puas. Berdasar penelitian ini dapat diasumsikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, keragaman produk (menu), dan lokasi yang ditawarkan Stove Syndicate Cafe Semarang maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang mungkin dapat membantu perusahaan atau peneliti lain. Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan mengenai kualitas pelayanan yang dimiliki agar tetap dijaga bahkan ditingkatkan dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam.
2. Pihak kafe dapat menambah jumlah karyawan yang bertugas pada *shift* malam agar konsumen dapat terlayani dan tidak menunggu lama karena pada malam hari jumlah pengunjung kafe cenderung lebih ramai daripada pengunjung kafe di siang hari.
3. Selanjutnya saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu variasi produk (menu) yang beragam pada Stove Syndicate Cafe Semarang agar terus ditingkatkan dengan selalu memperhatikan perubahan selera konsumen, melakukan penemuan menu – menu favorit terbaru, mengikuti perkembangan inovasi rasa dan penyajian menu, serta memperhatikan perkembangan variasi menu pada kafe pesaing, namun keseluruhannya adalah dengan tetap mempertahankan menu yang menjadi andalan kafe.
4. Pihak kafe harus mampu lebih sering lagi melakukan penambahan pada ragam menu atau penambahan menu – menu baru, pihak kafe harus lebih mengikuti tren mengenai jenis masakan terkini serta inovasi rasa dan penyajiannya dengan tetap mempertahankan ciri khas gaya *western* yang dimiliki dan tetap berhati – hati pada pencederaan selera konsumen, pihak cafe harus lebih akurat dalam merencanakan persediaan bahan baku untuk menghindari kehabisan pemesanan pada menu oleh konsumen.
5. Mengenai lokasi dari Stove Syndicate Cafe Semarang dirasa sudah cukup baik karena letaknya mudah dijangkau bagi para pengunjung. Usaha yang dapat dilakukan adalah memperluas lahan parkir karena itu merupakan faktor yang cukup penting agar dapat membuat para konsumen nyaman karena dilihat dari para konsumen yang datang dengan kendaraan roda empat mengalami kesulitan untuk parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, Donald R & C William Emory. 1996. *Metodologi Penelitian Bisnis, Jilid 1, edisi ke-5*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip 2005. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia
- Kotler dan Armstrong, G. 2002. *Prinsip - Prinsip Pemasaran, Jilid 2, edisi ke-8*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Edisi Dua, Jakarta : Salemba Empat.
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

- Randall, Taylor. 2008. *Satisfaction, A Behavioral Prespective on The Customer*. New York : McGraw – Hill. Companis Inc
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis* Cetakan ke-15. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi
- Zeithalm, Valerie A and Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing. Intl edition*. New York : McGraw Hill Inc

¹Loredah Paulina Nainggolan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, l.paulina.nainggolan@gmail.com

²Dr. Ari Pradhanawati, M.S., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Drs. Wahyu Hidayat, M.Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro