

Pengaruh Varian Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Bolo di Bangkinang Kota

Muhammad Salis^{a*}, Librina Tria Putri^b, Andika Putra^c

^aSTIE Bangkinang, Indonesia

^bSTIE Bangkinang, Indonesia

^cSTIE Bangkinang, Indonesia

Correspondence: Muhammadsalis@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received
Revised
Accepted

Keywords

Varian Produk, Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh varian produk, pelayanan dan fasilitas secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Bolo di Bangkinang Kota. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tingkat kunjungan pada kafe Bolo pada Tahun 2022 yang diketahui berjumlah 16.412 kunjungan. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pembagian koisioner dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Analisa data dilakukan dengan model regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, varian produk, pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, varian produk, pelayanan dan fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keeratan hubungan yang terjadi antara varian produk, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah sangat kuat dengan koefisien korelasi (R) diperoleh sebesar 0,829. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu sebesar 68,7% sedangkan sisanya sebesar 31,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

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



Introduction

Kafe Bolo merupakan salah satu usaha kafe yang menyediakan beraneka minuman *coffee*, minuman *special coffee*, minuman *non coffee* dan minuman *signature* serta menyediakan beraneka makanan *appetizer* dan makanan *main course* dengan menyuguhkan interior dan eksterior suasana nyaman bagi kaum *milleneal* melakukan sosialisasi, berteman, bercengkrama dan bersantai. Kafe ini didirikan Bapak Alfikri sejak tahun 2021 yang berlokasi di jalan Sisingamangaraja, Langgini, Kecamatan Bangkinang Kota. Untuk menjamin kelancaran usahanya, saat ini pemilik kafe sudah dibantu oleh sepuluh orang karyawannya yang dibagi menjadi dua *shift* secara bergantian dengan waktu operasional kerja pada masing-masing shift yaitu selama delapan jam/hari. Shift pertama dimulai dari jam sembilan pagi sampai jam lima sore dan kemudian dilanjutkan pada shiftt kedua yang dimulai dari jam lima sore sampai jam satu malam. Masing-masing karyawan disetiap bagian tersebut memiliki tugas masing-masing seperti barista yang bertugas meracik minuman *coffee*, *special coffee*, *non coffee* serta *signature* sesuai

orderan; *chef* yang bertugas mengelola dapur dan bertanggung jawab dalam memasak makanan yang diorder; *waiters* yang bertugas mencatat setiap orderan konsumen dan melayani setiap permintaan para konsumen; serta *cashier* yang bertugas mengelola keuangan kafe.

Pentingnya mewujudkan kepuasan para konsumen juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 yang menjelaskan bahwa setiap konsumen atau pelanggan memiliki hak kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan; hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur tanpa adanya diskriminatif serta hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Pemenuhan hak para konsumen ini dapat mengarah pada jumlah tingkat kunjungan para konsumen.

Kunjungan Konsumen Pada Kafe Bolo Bangkinang Kota, Tahun 2022

No	Bulan	Target Kunjungan (Orang/Bulan)	Realisasi Kunjungan (Orang/Bulan)	Persentase (%)
1	Januari	1.600	1.482	92,63
2	Februari	1.600	1.414	88,38
3	Maret	1.600	1.407	87,94
4	April	1.200	972	81,00
5	Mei	1.200	944	78,67
6	Juni	1.600	1.392	87,00
7	Juli	1.600	1.461	91,31
8	Agustus	1.650	1.498	90,79
9	September	1.650	1.311	79,45
10	Oktober	1.700	1.425	83,82
11	November	1.700	1.532	90,12
12	Desember	1.700	1.574	92,59
	Jumlah	18.800	16.412	87,30

Dari hasil kunjungan, dapat dilihat jumlah tingkat kunjungan para konsumen pada tahun 2022 berfluktuasi pada setiap bulannya. Menurut pengakuan pemilik kafe, kondisi ini memungkinkan saja terjadi karena biasanya jumlah pengunjung yang datang ke kafe tergantung dari cuaca terutama pada malam minggu, jika cuaca bagus biasanya jumlah pengunjung yang datang ke kafe banyak sedangkan jika cuaca mendung atau hujan biasanya jumlah pengunjung yang datang lebih sedikit. Pada bulan April sampai bulan Mei menjadi bulan dengan jumlah tingkat pengunjung paling sedikit, hal ini karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan suci Ramadhan, dimana kafe buka dari jam lima sore hingga menjelang adzan Isya kemudian konsumen akan ramai kembali setelah shalat Tarawih sampai pukul dua dini hari. Pemilik cafe juga memutuskan menutup usaha cafenya hingga satu minggu setelah lebaran. Menurut Librina (2017), ada banyak faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan para konsumen diantaranya yaitu pelayanan, harga, produk, lokasi, promosi, fasilitas, emosional, persepsi, *thrust*, citra merek nilai pelanggan dan beberapa faktor lainnya.

Dengan semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang ditawarkan pada suatu tempat usaha maka akan semakin memberikan kesempatan konsumen untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Produk yang bervariasi itu sendiri diartikan sebagai berbagai macam jenis produk atau keberagaman produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari model, ukuran dan kualitas serta ketersediaan suatu produk pada setiap saat. Varian produk minuman yang ditawarkan pada kafe Bolo terdiri dari beragam minuman *coffee*, minuman *special coffee*, minuman *non coffee* dan minuman *signature* serta makanan yang ditawarkan pada kafe Bolo terdiri dari beragam makanan *appetizer* dan makanan *main course*. Untuk lebih jelasnya varian produk makanan dan minuman yang ditawarkan pada kafe Bolo tersebut.

Menu, Varian serta Harga Makanan dan Minuman Pada Kafe Bolo

No	Menu	Varian Produk
1	Minuman	Coffe: Kopi susu aren, Kopi susu klasik, Americano, Cafe latte vanilla, Vietnam drip dan V60
		Special coffe: Caramello, Cappucino, Cafe latte, Espresso, Americano special, Filter (V60 aeropress)
		Non coffe: Lemon tea, Cokelat original, Redvalved, Green tea, Taro latte, Cokies and cream, Cokelat hazelnut dan Susu regal
		Signature: Apple black tea, Fresh berry dan Java uwu
2	Makanan	Appetizer: Ubi goreng klasik, Kentang goreng, Sosis goreng, Roti bakar dan Kebab
		Main Course: Nasi goreng, Minas, Mie rebus dan Mie goreng

Dari menu, varian serta harga makanan dan minuman pada kafe Bolo, dapat diketahui bahwa menu minuman dan makanan yang ditawarkan sudah bervariasi sehingga konsumen bisa memilih minuman dan makanan yang sudah tertera pada buku menu sesuai dengan selera. Jenis minuman andalan pada kafe ini seperti *white coffee* dan *black coffee* yang dijamin cita rasa dan aromanya sangat istimewa karena diseduh langsung oleh barista handal yang sudah beberapa kali memenangkan kompetisi seperti juara pertama dalam kategori '*taster championship after fest*, yang diadakan tahun 2023, juara kedua dalam kategori '*manual brew competition bandaraya fest*, yang diadakan tahun 2022 serta juara ketiga dalam kategori '*manual brew throwdown orion*' yang juga diadakan tahun 2022. Sedangkan makanan andalan pada kafe ini adalah ubi goreng klasik yang sangat empuk dan disuguhkan dengan tampilan yang menarik serta juga bisa dinikmati dengan tambahan saus atau sambal.

Konsumen memiliki karakteristik, kepribadian dan perilaku yang beragam sehingga banyak hal yang akan dipertimbangkannya terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi pembelian, salah satu hal yang turut dipertimbangkan konsumen tersebut adalah bagaimana pelayanan yang diterimanya selama berada di kafe. Berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen itu sendiri. Tentu saja, semakin baik layanan yang diberikan maka akan membuat para konsumen akan semakin merasa nyaman dan aman ketika melakukan pembelian dan mengonsumsi produk yang ditawarkan.

Hasil wawancara yang dilakukan pra penelitian, diperoleh beberapa keluhan konsumen terkait pelayanan seperti menu makanan yang dimasak oleh *chef* dan kopi yang diracik oleh barista juga membutuhkan waktu sehingga membuat para konsumen menunggu agak lama, masih kurang tanggapnya *waiters* dalam menyuguhkan buku menu kepada setiap konsumen serta *waiters* juga dinilai kurang tanggap dalam membersihkan serta merapikan kembali setiap meja atau kursi yang sudah digunakan konsumen, pemilik kafe dan para karyawan kafe juga dinilai kurang mampu membangun komunikasi yang aktif dengan seluruh konsumen serta pemilik maupun karyawan kafe belum berinisiatif menyediakan tisu di setiap meja.

Kenyamanan konsumen juga perlu menjadi prioritas utama pemilik usaha sehingga konsumen tersebut akan merasa betah selama berada di lokasi usaha. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pemilik usaha tersebut dalam menjamin kenyamanan konsumen adalah dengan memberikan kelengkapan fasilitas. Pada dasarnya kelengkapan fasilitas bertujuan untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik yang menjadi suatu upaya perbaikan sistem pemasaran sehingga efisiensi operasional dan penetapan harga jual data tercapai. Berdasarkan Permenparekraf RI No. 10 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Kafe Pasal 1 menjelaskan bahwasanya usaha *coffee shop* merupakan penyedia beraneka minuman kopi dan juga berbagai minuman panas dan dingin yang dilengkapi

dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya didalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah. Selanjutnya standar usaha *coffee shop* adalah rumusan kualifikasi usaha *coffee shop* mencakup aspek yang terdiri dari unsur ruang minuman dan fasilitas penunjang terdiri dari kelengkapan meja, kursi, penerangan ruangan, fasilitas hiburan, jaringan koneksi, pendingin ruangan, *smoking area*, area parkir, ruangan ibadah, instalansi air bersih.

Saat ini pemilik kafe sudah menyediakan beberapa fasilitas pendukung guna kelancaran usahanya seperti sudah menyediakan meja dan kursi, wifi, stop kontak kipas angin, spot foto, mesin coffee grinder, mesin drip coffee maker, mesin moka pot, mesin kasir, ruangan ibadah dan toilet, namun dari hasil observasi pendahuluan, masih terdapat beberapa keluhan yang disampaikan para konsumen seperti masih terbatasnya jumlah meja dan kursi yang disediakan sehingga saat ramai khususnya di malam minggu, ada sebagian konsumen yang tidak kebagian tempat duduk dan harus berdiri, belum adanya *recorder* alunan musik, belum adanya lahan parkir yang memadai serta belum adanya stop kontak pada setiap meja sehingga menyulitkan bagi konsumen yang hobi bermain *game online*

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah varian produk, pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen kafe Bolo di Bangkinang Kota. Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh varian produk, pelayanan dan fasilitas secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen kafe Bolo di Bangkinang Kota.

Bagi sebuah bisnis dan perusahaan keberadaan konsumen tentunya menjadi sangat penting karena merekalah pasar sasaran dari produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen memang bersifat subjektif, namun bukan berarti tidak bisa diraih. Ada beberapa penyebab konsumen merasa puas seperti ditentukan oleh beberapa elemen bauran pemasaran yang terdiri dari varian produk, harga, lokasi dan promosi serta layanan yang berkualitas dengan disertai kelengkapan fasilitas yang memadai. Implementasi kepuasan konsumen mengarah pada bentuk pujian karena tingkat kepuasan dianggap sangat tinggi jika mereka ikut merekomendasikan pada orang lain terkait produk atau jasa yang ditawarkan (Saladin, 2019). Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada kafe Bolo dalam penelitian ini terdiri dari indikator kesesuaian, indikator mereferensikan, indikator kebal, indikator pengalaman dan indikator strategis (Saladin, 2019).

Varian produk yang dipasarkan tentunya harus mampu disesuaikan dengan besarnya kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas karena mendapati produk yang diinginkannya. Sebaliknya jika konsumen tidak memperoleh produk yang diinginkannya, maka konsumen tersebut akan merasa kecewa. Memang kunci untuk memenangkan persaingan diantara pelaku bisnis dalam memastikan kepuasan yang dirasakan para konsumen adalah tersedianya varian produk mulai dari merek, kelengkapan, ukuran dan kualitas sehingga dengan keragaman tersebut maka produk siap ditawarkan langsung pada para konsumen. Pelaku bisnis harus mampu membuat keputusan yang tepat mengenai varian produk yang akan dijual sehingga menimbulkan minat beli konsumen, karena jika semakin banyak pilihan yang diberi maka semakin memudahkan para konsumen untuk memilih sebuah produk sesuai keinginan dan kebutuhannya (Setiadi, 2017). Indikator yang digunakan untuk mengukur varian produk yang ditawarkan pada kafe Bolo dalam penelitian ini terdiri dari indikator ukuran, indikator kelengkapan, indikator tampilan, indikator manfaat dan indikator ketersediaan (Setiadi, 2017).

Pelayanan dari pengelola pada konsumen menjadi hal utama agar para konsumen merasa puas, hal ini berarti pelayanan untuk konsumen menjadi hal yang harus diutamakan oleh penjual baik dalam menjalankan usaha jualan online maupun offline. Ada berbagai hal yang bisa dilakukan untuk memberikan pelayanan pada konsumen, salah satunya adalah kemudahan transaksi. Konsumen menjadi salah satu hal yang bisa membuat suatu usaha menjadi berkembang, untuk itu maka pelayanan yang berkualitas harus diberikan kepada konsumen agar bisa memberikan ulasan yang baik. Terlebih pada era digital sekarang ini, pelayanan dapat berdampak pada tingkat kepuasan yang dirasakan para konsumen. Dengan membangun layanan konsumen yang berkualitas, sopan dan efektif menunjukkan bahwa sebuah bisnis peduli pada kenyamanan dan keamanan para konsumen karena ketulusan dalam melayani konsumen akan tercermin dalam sikap dan kata-kata yang disampaikan kepada para konsumen (Hidayat, 2019). Indikator yang digunakan untuk mengukur pelayanan pada kafe Bolo dalam penelitian ini terdiri dari indikator bukti fisik, indikator kepedulian, indikator ketangapan, indikator kehandalan dan indikator jaminan (Hidayat, 2019).

Kelengkapan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan para konsumen, sehingga fasilitas menjadi bagian yang perlu untuk diperhatikan dalam bidang usaha bisnis karena berkaitan dengan apa yang dirasakan konsumen. Para konsumen menilai dari hal yang telah konsumen terima setelah konsumen membeli produk yang ditawarkan. Fasilitas berkaitan erat dalam pembentukan persepsi konsumen dengan perusahaan diharapkan dapat mempertahankan eksistensinya dan bisa mengalahkan pesaingnya. Konsumen akan merasa tertarik dan melakukan pembelian produk yang ditawarkan bila perusahaan mempunyai fasilitas yang baik dari pesaing. Kurangnya memadainya fasilitas penunjang yang ada, dapat berdampak pada sepi pengunjung. Salah satu cara untuk memperbaiki kualitas pelayanan dari suatu usaha ialah memberikan fasilitas lengkap (Ardhi, 2018). Indikator yang digunakan mengukur fasilitas pada kafe Bolo dalam penelitian ini terdiri dari indikator lengkap, indikator bervariasi, indikator sesuai, indikator pendukung dan indikator tertata (Ardhi, 2018).

Method

Penelitian ini sudah dilaksanakan pada kafe Bolo yang berlokasi di Jalan Sisingamangaraja, Langgini, Kecamatan Bangkinang Kota. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu selama 2 bulan yang dimulai pada bulan Juli sampai bulan Agustus Tahun 2023. Penggunaan jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kuantitatif dan data kualitatif, serta penggunaan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tingkat kunjungan pada kafe Bolo pada Tahun 2022 yang diketahui berjumlah 16.412 kunjungan. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus Slovin dan berdasarkan perhitungan diperoleh sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden. Pengambilan sampel tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisa data dalam penelitian ini yaitu menggunakan model persamaan regresi linear berganda dengan persamaan berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan: Y= kepuasan konsumen, α = konstanta, β_1 , β_2 dan β_3 = koefisien regresi, X_1 = varian produk, X_2 = pelayanan, X_3 = fasilitas, dan ε = *Error term*. Selanjutnya pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji-F dan uji-t dengan alpha 5%

Result and Discussion

Berdasarkan pada hasil pengolahan data dengan memanfaatkan program SPSS versi 26.00, dapat diperoleh hasil penelitian seperti yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Hasil Uji Kelayakan Angket

Hasil pengujian kelayakan angket dalam penelitian ini terdiri dari pengujian validitas dan pengujian reliabilitas seperti yang diuraikan berikut:

1. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini sudah valid karena nilai *r*-hitung lebih besar dari pada nilai *r*-tabel yang bernilai 0,197 atau nilai signifikansi lebih kecil dari pada nilai α 5%, sehingga apa yang menjadi syarat pengujian dalam penelitian ini sudah terpenuhi untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Pengujian Reliabilitas

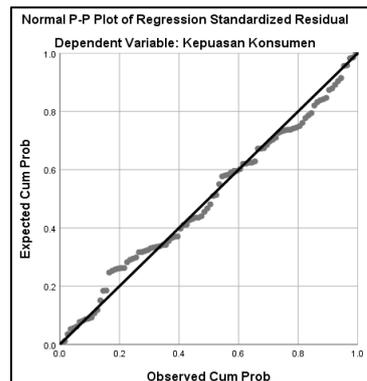
No	Sub Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Titik Kritis	Keterangan
1	Kepuasan konsumen (Y)	0,771	0,500	Reliabel/Handal
2	Varian produk (X_1)	0,863	0,500	Reliabel/Handal
3	Pelayanan (X_2)	0,791	0,500	Reliabel/Handal
4	Fasilitas (X_3)	0,808	0,500	Reliabel/Handal

Dari hasil uji reliabilitas, dapat dilihat nilai *alpha cronbach's* dalam penelitian ini sudah berada diatas 50%, hal ini memberikan arti bahwa tingkat kehandalan dari setiap butir-butir pernyataan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini sudah dalam kategori reliabel atau handal. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa uji reliabilitas angket kuesioner dalam penelitian ini tidak menemukan kendala.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari dari pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas dan pengujian heterokedastisitas seperti yang diuraikan berikut:

1. Hasil Uji Normalitas



Hasil Pengujian Normalitas

Dari hasil uji normalitas, dapat dilihat bahwa pola distribusi dari hasil regresi linear berganda sudah menyebar disepanjang garis residual pada *normal p-plot of regression standardized residual*. Hal ini berarti pola distribusi dari hasil regresi linear berganda dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal atau uji asumsi dalam regresi linear berganda sudah terpenuhi.

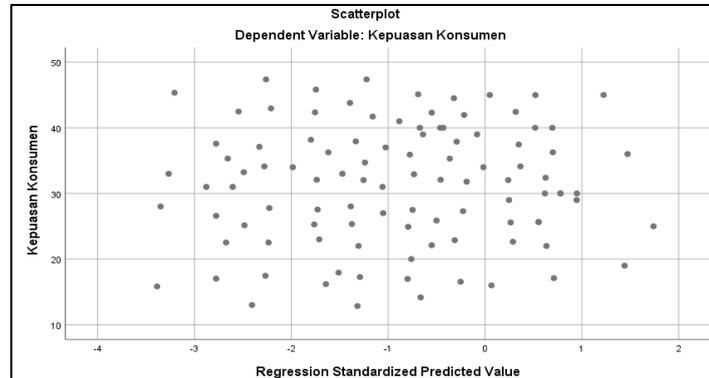
2. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Pengujian Multikolinearitas

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Varian produk (X_1)	0,813	4,693	Bebas Kasus Multikolineritas
2	Pelayanan (X_2)	0,883	3,529	Bebas Kasus Multikolineritas
3	Fasilitas (X_3)	0,827	4,887	Bebas Kasus Multikolineritas

Dari hasil uji multikolinearitas, dapat dilihat nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) juga sudah berada dibawah angka 10. Hal ini menunjukkan model regresi linear berganda dalam penelitian ini sudah bebas dari kasus multikolineritas, sehingga yang menjadi syarat pengujian dalam penelitian ini terpenuhi dilakukan pengujian selanjutnya.

3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Dari hasil uji heterokedastisitas, dapat dilihat bahwa pola titik-titik pada grafik regresi sudah menyebar secara acak atau tidak membentuk sebuah pola yang dapat memberikan arti (*variance* bersifat *homogen*). Dapat diartikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi klasik dan sudah bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	19.310	2.943	-
	Varian produk (X_1)	0.272	0.123	0.326
	Pelayanan (X_2)	0.587	0.085	0.622
	Fasilitas (X_3)	0.252	0.110	0.362

Dari hasil uji persamaan regresi linear berganda , dapat juga disajikan persamaan berikut:

$$Y = 19,310 + 0,272 X_1 + 0,587 X_2 + 0,252 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstan (α) dalam penelitian ini yaitu sebesar 19,310. Angka ini bertanda positif dan memberikan arti bahwa jika diasumsikan varian produk tidak ada ($X_1=0$), pelayanan tidak ada ($X_2=0$) dan fasilitas tidak ada ($X_3=0$), maka nilai kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota masih ada sebesar yaitu 19,310 satuan. Koefisien regresi variabel varian produk (X_1) adalah sebesar 0,272. Angka ini bertanda positif dan memberikan arti jika diasumsikan varian produk meningkat sebesar 1 satuan, sementara pelayanan dan fasilitas *konstan* atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota akan meningkat yaitu sebesar 0,272 satuan dan begitu juga sebaliknya. Koefisien regresi variabel pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,587. Angka ini bertanda positif dan memberikan arti jika diasumsikan pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, sementara varian produk dan fasilitas *konstan* atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota akan meningkat yaitu sebesar 0,587 satuan dan begitu juga sebaliknya. Selanjutnya koefisien regresi variabel fasilitas (X_3) adalah sebesar 0,252. Angka ini bertanda positif dan memberikan arti jika

diasumsikan fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, sementara varian produk dan pelayanan *konstan* atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota akan meningkat yaitu sebesar 0,252 satuan dan begitu juga sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian hipotesis secara simultan (uji-F) dan pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) seperti yang diuraikan berikut :

1. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Signifikansi
1	Regression	3745.781	3	1248.594	70.313	.000 ^b
	Residual	1704.729	97	17.758		
	Total	5450.510	100			

Dari hasil uji hipotesis secara simultan, dapat dilihat nilai F-hitung dalam penelitian ini yaitu sebesar 70,313 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini memberikan arti variabel varian produk, pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh sangat signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota, karena nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel yaitu $70,313 > 3,940$ atau nilai sinifikansi lebih rendah dari nilai alpha 5% yaitu $0,000 < 0,050$, sehingga hasil pengujian hipotesis secara simultan dalam penelitian ini dapat diterima pada tingkat keyakinan 95%

2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

No	Variabel	t-hitung	t-tabel	Signifikansi	$\alpha=5\%$	Keterangan
1	Varian produk (X_1)	2,637	1,660	0,000	0,050	Signifikan
2	Pelayanan (X_2)	5,796	1,660	0,000	0,050	Signifikan
3	Fasilitas (X_3)	3,387	1,660	0,000	0,050	Signifikan

Dari hasil hipotesis secara parsial, dapat dilihat nilai t-hitung variabel varian produk (X_1) dalam penelitian yaitu sebesar 2,637 dengan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000. Sementara nilai t-tabel pada $n=100$ dan alpha 5% diperoleh sebesar 1,660. Hasil ini memberikan arti bahwa variabel varian produk berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota, karena nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu $2,637 > 1,660$ atau nilai signifikansi lebih rendah dibandingkan nilai alpha 5% yaitu $0,000 < 0,050$, sehingga hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini dapat diterima pada tingkat keyakinan 95%.

Nilai t-hitung variabel pelayanan (X_2) dalam penelitian ini yaitu sebesar 5,796 dengan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000. Sementara nilai t-tabel pada $n=100$ dan alpha 5% diperoleh sebesar 1,660. Hasil ini memberi arti variabel pelayanan berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota, karena nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu $5,796 > 1,660$ atau nilai signifikansi lebih rendah dibandingkan nilai alpha 5% yaitu $0,000 < 0,050$, sehingga hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini diterima pada tingkat keyakinan 95%.

Selanjutnya nilai t-hitung variabel fasilitas (X_3) dalam penelitian ini yaitu sebesar 3,387 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sementara nilai t-tabel pada $n=100$ dan

alpha 5% diperoleh sebesar 1,660. Hasil ini memberi arti variabel fasilitas berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota, karena nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu $3,387 > 1,660$ atau nilai signifikansi lebih rendah dibandingkan nilai alpha 5% yaitu $0,000 < 0,050$, sehingga hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini diterima pada tingkat keyakinan 95%.

Hasil Uji Koefisien Korelasi (Uji-R) dan Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)
Hasil Pengujian Koefisien Korelasi (Uji-R) dan Determinasi (Uji-R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.829 ^a	0.687	0.677	4.214

Dari hasil uji koefisien korelasi, dapat dilihat nilai koefisien (R) dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,829, hal ini memberi arti bahwa keeratan hubungan yang terjadi antara variabel varian produk, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota yaitu dengan kategori sangat kuat, karena berada pada interval koefisien antara 0,800-1,000. Dari hasil uji koefisien determinasi, dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,687, hal ini memberi arti besarnya kontribusi antara variabel varian produk, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota adalah sebesar 68,7%, sedangkan sisanya sebesar 31,3% lagi ditentukan variabel lain diluar penelitian ini.

Pada era *market driven* saat ini, pasar dan konsumen menjadi basis utama bagi tersusunnya strategi bisnis sehingga setiap pemilik kafe harus mengenali dan memahami kebutuhan para konsumen yang akan menjadi target pasar dari beragam produk minuman dan makanan yang ditawarkan. Konsumen yang merasa puas akan meninggalkan kesan baik, hal ini berarti kepuasan konsumen menjadi kunci sukses dalam menjalankan aktivitas kafe karena konsumen yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal atau cenderung akan melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk minuman kopi yang ditawarkan.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa varian produk, pelayanan dan fasilitas berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini memberikan arti bahwa dengan semakin beragamnya menu minuman dan makanan yang ditawarkan disertai dengan semakin berkualitaskannya layanan yang diberikan kepada setiap konsumen dan kemudian dipadukan dengan kelengkapan fasilitas yang tersedia maka secara kolaborasi akan semakin berdampak pada peningkatan kepuasan yang dirasakan konsumen.

Keeratan hubungan antara varian produk, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini berada pada sangat kuat. Hal ini karena ketersediaan produk minuman dan makanan yang bervariasi dengan didukung oleh pelayanan yang optimal disertai dengan kelengkapan fasilitas pendukung yang memadai, maka dinilai sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan diri yang dirasakan oleh setiap konsumen sehingga kedepannya akan menentukan tingkat loyalitas para konsumen yang cenderung akan melakukan pembelian ulang dan menjadi promotor bagi produk minuman dan makanan yang ditawarkan.

Kontribusi antara varian produk, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini berada pada tingkat kontribusi tinggi sekali. Hal ini dikarenakan kepuasan yang dirasakan para konsumen lebih mengedepankan banyaknya variasi menu minuman dan makanan yang dapat dipilih langsung oleh para konsumen sesuai dengan selera mereka dengan disertai pelayanan yang berkualitas yang dapat memenuhi setiap kebutuhan para konsumen serta juga didukung fasilitas yang memadai

sehingga membuatnya merasa nyaman dan betah selama berada di kafe, sehingga jika pemilik kafe kurang memperhatikan hal tersebut maka dapat menyebabkan para konsumen akan banyak mengeluh bahkan bisa saja para konsumen tersebut akan berhenti lebih memilih nongkrong dan bercengkrama ke kafe lainnya.

Dalam jurnal Vivian dan Handoyo (2019), menyimpulkan varian produk dan pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Café Stove Syndicate Semarang. Dalam jurnal Devi *et.al* (2022), menyimpulkan pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen kafe Kota Semarang. Selanjutnya dalam jurnal Afridano (2021), menyimpulkan pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen cafe Kalodhangan Kebonsari Surabaya.

Karakter generasi milenial biasanya ingin agar eksistensinya terus dihargai secara sosial sehingga tidak sedikit yang datang ke kafe untuk menikmati sajian kopi sembari untuk memastikan diri agar tidak ketinggalan dari teman atau lingkungan sosialnya. Untuk menarik para konsumen maka salah satu strategi bisnis dari pemilik kafe yaitu dengan menyediakan produk minuman dan makanan yang bervariasi sehingga semakin memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk memilih minuman dan makanan yang sesuai dengan keinginannya.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa varian produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini memberi arti dengan semakin beragamnya menu minuman dan makanan yang tertera pada buku menu maka semakin memberi kesempatan pada setiap konsumen untuk memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginannya sehingga akan berdampak pada peningkatan kepuasan para konsumen.

Dalam jurnal Elia *et.al* (2022), menyimpulkan varian produk berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Celyn Café Kabupaten Alor. Didalam jurnal Vivian dan Handoyo (2019), juga menyimpulkan varian produk berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Café Stove Syndicate Semarang. Selanjutnya dalam jurnal Febila dan Renny (2021), menyimpulkan varian produk berpengaruh sangat signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kafe Rustic Market Surabaya.

Berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen itu sendiri. Tentu saja, semakin baik layanan yang diberikan maka akan membuat para konsumen akan semakin merasa nyaman dan betah untuk berkumpul, bersantai, bercengkrama dan menghabiskan waktu bersama teman sekolah, teman kampus, teman kerja dan kerabat ataupun keluarga sembari menikmati minuman dan makanan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini memberikan arti bahwa dengan semakin berkualitasnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga para konsumen tersebut bisa merasakan atau bisa mendapatkan apapun yang diinginkannya selama berada di kafe maka semakin berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen.

Dalam jurnal Alvin dan Amirudin (2020), menyimpulkan pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen kafe Kabalu Palembang. Didalam jurnal Litra (2019), juga menyimpulkan pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT. Fajar Riau Wisata Pekanbaru. Selanjutnya dalam jurnal Restu dkk (2022), menyimpulkan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT. Putri Midai Bangkinang

Pada dasarnya kelengkapan fasilitas bertujuan untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik yang menjadi suatu upaya perbaikan sistem pemasaran

sehingga efisiensi operasional dan penetapan harga jual data tercapai. Mengingat bahwa kafe merupakan penyedia beraneka minuman dan makanan yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajiannya sehingga perlu dilengkapi kualifikasi kafe meliputi prasarana, sarana dan utilitas pendukung lainnya.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini memberikan arti bahwa semakin lengkap dan memadainya fasilitas yang tersedia berupa prasarana, sarana dan utilitas pendukung lainnya maka akan membuat para konsumen semakin merasa nyaman selama berada di kafe sehingga akan semakin berdampak pada kepuasan diri yang dirasakannya.

Dalam jurnal Devi *at.all* (2022), juga menyimpulkan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen kafe Kota Semarang. Dalam jurnal Afridano (2021), juga menyimpulkan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen cafe Kalodhangan Kebonsari Surabaya. Selanjutnya dalam jurnal Rido *at.all* (2019), menyimpulkan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Limasan kafe Karawang.

Conclusion

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa varian produk, pelayanan dan fasilitas berpengaruh sangat signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota; secara parsial, varian produk, pelayanan dan fasilitas masing-masing berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Bolo di Bangkinang Kota. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 68,7% dengan kontribusi tinggi sekali, sedangkan sisanya sebesar 31,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

References

- Afridano, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kalodhangan Kebonsari Surabaya. Jurnal Ekonomi. Manajemen dan Akuntansi*. 2(1). ISSN:2598-7496. e-ISSN:2599-0578 <http://repository.untag-sby.ac.id/12759/8/JURNAL.pdf>
- Alvin, M. & Amirudin, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Kabalu Palembang. Jurnal JIBM*. 3(2). p-ISSN: 2085-0335. e-ISSN: 2655-8531. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/BINAMANAJEMEN/article/view/1106>
- Ardhi, Y. (2018). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik* (1st ed.). Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Devi, R. N., *at. all*. (2022). *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Di Kota Semarang). Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi. Manajemen. Bisnis dan Akuntansi*. 1(1). e-ISSN : 2829-1433. <https://www.ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fokusemba/article/viewFile/447/313>
- Elia, M., *at. all*. (2022). *Pengaruh Varian Produk, Harga dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Celyn Café Kabupaten Alor). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 8(23). p-ISSN: 2622-8327. e-ISSN: 2089-5364. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/3797/2751>
- Febila, K.W. & Renny, D. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Rustic Market Surabaya). Jurnal Sains Sosio Humaniora*. 5(1). p-ISSN: 2580-1244. e-ISSN: 2580-2305. <https://online-journal.unja.ac.id/JSSH/article/download/14169/11581>

- Hidayat, H. (2019). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (1st ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Librina, T. P. (2017). *Teori Ekonomi* (1st ed.). Pekanbaru: CV. Karya Nofa Pekanbaru.
- Litra, D. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Fajar Riau Wisata Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*. Vol 5. No. 2. p-ISSN: 2407-800X. e-ISSN: 2541-4356. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/365/299>
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Kafe.
- Putra et.al. (2014). The Evaluation of Indonesia Import Policies of Garlic. *Green Journal of Business and Management Studies Vol 5 (1)*, Pp. 016-030. .
- Putri, L. T., Baharuddin, Y., & Nasir, M. (2024). Customer Satisfaction At Rr Cafe Delima Pekanbaru Influenced By Facilities And Menu Variations. *International Journal Of Society Reviews*, 2(2), 364-375.
- Putri, L. T., Diantara, L., Hendrizal, H., Kamal, M., Ali, A., & Qadar, A. (2023). Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Tentang Pentingnya Inovasi dan Networking Dalam Menjalankan Usaha Bagi UMKM Wanita Di Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. *Diklat Review: Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*, 7(2), 238-243.
- Putri, L. T., & Irfandi, N. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Malam (WKM) terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru. *Ikraith-Ekonomika*, 2(2), 132-140.
- Putri, L. T., Rahmawati, R., Salis, M., & Ikhsan, A. (2023). Digital Marketing Exploitation Training in an Effort to Increase the Potential Selling Power of Female UMKM in Pekanbaru City. *Indonesian Journal of Advanced Social Works*, 2(6), 447-454.
- Putri, L. T., Rahmawati, R., & Putri, D. L. (2022). Formation of an entrepreneur mindset in creating competitiveness of female entrepreneurs. *International Journal of Social Science*, 2(1), 1179-1186.
- Putri, L. T., Setiawan, A., Putri, D. L., & Salis, M. (2023). Marketing Management. *Restu, R. at.all (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Putri Midai Bangkinang*. JRMI. Volume 4. Nomor 3. e-ISSN: 2723-1305. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/142/123>
- Rido, S., at. all. (2019). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Café Karawang. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. 24(2). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/download/52597/31105>
- Saladin, D. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Bandung: PT. Linda Karya.
- Setiadi, M. (2017). *Lab Of Agribusiness Analysis And Management Marketing II* (1st ed.). Malang: Universitas Brawijaya.
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Vivian, A. & Handoyo D. W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Stove Syndicate Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. 4(1). ISSN:6745-7865. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23662>