

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Lyco Sampang

Mawarda¹, Faisal², Elvin Nury Khirdany³

^{1,2,3}Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

*Korespondensi: fitriandanda2010@gmail.com

Received: 23-08-2025

Revised: 02-09-2025

Accepted: 09-09-2025

Abstract

Lyco Cafe is a relatively new cafe but has already attracted many fans. The problem faced at Lyco Cafe is low customer satisfaction caused by unresponsive service. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Lyco Cafe Sampang. This type of research uses a quantitative method with a sampling technique, namely purposive sampling. Data collection techniques through questionnaires. The population in this study were consumers who have visited Lyco Cafe Sampang, and the sample size was 100 Lyco respondents. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that service quality contributes positively and significantly to customer satisfaction. The service quality variable simultaneously contributes significantly to customer satisfaction. The analysis results show that the factors studied have an influence of 51.8%, while the remaining 48.2% is influenced by other factors not discussed in this study. These findings provide important implications for Lyco Cafe management to pay more attention to service quality aspects in improving customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Cafe

Abstrak

Kafe Lyco merupakan kafe yang terbilang baru namun sudah memiliki banyak peminat. Masalah yang dihadapi Di kafe Lyco ialah rendahnya kepuasan konsumen yang disebabkan oleh Pelayanan yg kurang responsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Di kafe Lyco Sampang. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik penentuan sampel yakni dengan purposive sampling, Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, Populasi dalam penelitian ini yakni konsumen yang sudah melakukan pengunjungan di Kafe Lyco Sampang, dan sampel berjumlah 100 responden Lyco. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, secara simultan variabel kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti memberi pengaruh sebesar 51,8%, sedangkan 48,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi manajemen kafe Lyco untuk lebih memperhatikan aspek kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kafe

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, banyak fenomena bisnis di bidang kuliner yang semakin berkembang secara cepat dan pesat di seluruh dunia. Di Indonesia banyak masyarakat yang saat ini mempunyai gaya hidup yang semakin berkembang, dimulai dari lebih memilih sesuatu yang praktis serta cepat. Usaha yang saat ini banyak digeluti oleh masyarakat sekitar yaitu usaha bisnis dibidang kuliner atau bisa disebut dengan *food and beverage* (Cafe atau restoran) (Tanjung & Rifkah, 2022). Bisnis di bidang kuliner banyak diminati oleh masyarakat dikarenakan adanya keuntungan yang tinggi, serta makanan yang menjadi kebutuhan pokok (Islamy *et al.*, 2024; Maskuroh *et al.*, 2025). Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah kafe atau restoran yang menawarkan makanan maupun minuman dengan berbagai inovasi sehingga membuat para konsumen maupun pelanggannya penasaran ingin mencoba dan pastinya mampu untuk bersaing dalam bisnis bidang kuliner. Adanya persaingan antar pebisnis maka terdapat faktor utama di kafe untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sendiri (Sulaiman *et al.*, 2022; Santoso *et al.*, 2024).

Situasi ini, pentingnya pemahaman mendalam terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen yang beragam menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan (Anas *et al.*, 2024; Liana *et al.*, 2025). Hal ini ditunjang dengan maraknya pengusaha kuliner yang mengembangkan bisnisnya dengan mendirikan *cafe* yang lebih kreatif dan modern. Kini banyak *cafe* yang hadir dengan lebih menarik dan memiliki diferensiasi untuk meningkatkan daya saingnya, tidak hanya itu kini kedai kopi atau sering disebut *coffee shop* atau *cafe* tidak hanya sebatas tempat untuk meminum kopi sambil bersantai, berbincang bincang dan bertemu rekan saja, tetapi *cafe* saat ini juga menjadi tempat. Perkembangan serta peningkatan pada kualitas produk, kualitas pelayanan serta *store atmosphere* yang di terapkan pada setiap kafe selalu berbeda-beda (Nasution *et al.*, 2025; Jinan *et al.*, 2025).

Berdasarkan riset mengenai trend gaya hidup baru menjamurnya kedai kopi kenian pada generasi z dan y, terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong pesatnya pertumbuhan kedai kopi di Indonesia. Munculnya kebiasaan baru (budaya) nongkrong sambil ngopi, Adanya peningkatan daya beli konsumen kelas menengah dan harga menu *coffee* di kedai kopi modern lebih terjangkau, Dominasi populasi anak muda khususnya gen y dan gen z di Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengkonsumsi kopi, Kehadiran media sosial yang dapat mempermudah para pembisnis *coffee shop* dalam melakukan aktivitas promosi dan *marketing* (Dahwilani, 2019). Adapun faktor lain usaha untuk mempertahankan konsumen perlu dilakukan pihak *cafe* salah satunya perbaikan pelayanan (Masfufah *et al.*, 2025). Menurut Saputra *et al.*, (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategi melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sebagai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan memberikan kepuasan

bagi konsumen, hal ini mengindikasikan adanya suatu hubungan yang sangat erat diantaranya keduanya (Mart, 2022; Mahsun *et al.*, 2024).

Kafe Lyco Salah satu kafe yang ada di kota Sampang, Lyco dalam bahasa Yunani yang berarti Senja sedangkan menurut bahasa Arab yang berarti Tempat berkumpul dengan memiliki *store atmosphere* yang sangat menarik dengan konsep *view indoor* dan *outdoor* selain itu dilengkapi fasilitas seperti *smoking area*, *nobar*, *instagrameble*, serta *live music* setiap malam minggu selain itu kafe ini sering melakukan *event-event* tertentu dan pesta karaoke Lyco. Suasana yang unik, tempatnya strategis yakni berada di kota Sampang di Jalan Syamsul Arifin, RW. V, Polagan, Kecamatan Sampang. Jam operasional dari pukul 10:00 sampai dengan 23.30 dan untuk jam kerja 09:00 sampai 00:00. Berbagai menu varian yakni *coffee*, *es cream*, *food* dan *cake*, menu kafe dengan harga 7K-25K, untuk menu *es cream* dari harga 23-25K, juga menu *food* dari harga 12-25K dan juga menu *cake* dari harga 10-12K. *Desain* ruangnya kafe ini cukup membuat pengunjungnya merasa betah dengan fasilitasnya seperti kursi yang nyaman, televisi besar dan *wi-fi* untuk yang membawa laptop dan yang ingin mengakses internet secara gratis dan bisa menyewa *Grill*. Kafe ini terbilang cukup luas walaupun hanya memiliki satu lantai saja tetapi banyak terisi meja dan kursi di setiap sudut ruangan pengunjung juga bisa menikmati *live music* setiap malam minggu maka dari itu banyak konsumen yang mengunjunginya.

Berdasarkan hasil penjualan di awal berdirinya kafe Lyco bulan Mei 2022 sampai bulan Desember mengalami stabilitas penjualan. Ditahun 2023 mengalami penurunan penjualan disebabkan kenaikan BBM, penambahan *equipment* atau peralatan yang dibutuhkan dan penambahan karyawan. Kenaikan ditahun 2024 disebabkan oleh banyaknya pengunjung ke kafe Lyco, ada banyak *event-event* yang dilakukan untuk menarik pengunjung seperti Lyco ambyar, Lyco *Fun run*, Lyco *party*, *Ghost Lock party*, *Prety Liar*, *Karaoke night party*, Lyco *Halloween*, Lyco *Fest*, namun di bulan Desember Lyco mengalami permasalahan oleh faktor Lyco *Party chcost lock party*. Dan di tahun 2025 sampai saat ini masih mengalami stabilitas penjualan.

Beberapa faktor yang timbul oleh konsumen atas rendahnya kepuasan pelayanan, pada penilaian dan kritikan di sosial media maupun secara *mouth to mouth* menunjukkan bahwa fasilitas yang ada tidak diterelisasikan dan karyawan kurang garcep dalam penataan ulang terhadap fasilitasnya serta pelayanan yang kurang responsif (Anas & Faisal, 2024). Keluhan-keluhan tersebut memberikan tanda bahwa kualitas pelayanan sangat rendah maka dari itu kafe Lyco mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperhatikan kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas terdapat kualitas pelayanan yang menjadi sumber permasalahan atas kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan merupakan keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses lingkungan yang memenuhi

kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen (Tanjung, 2022). Bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Kualitas pelayanan memberikan kepuasan bagi pelanggan, hal ini mengindikasikan adanya suatu hubungan yang sangat erat di antara keduanya. kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen (Mart, 2022).

Indikator kualitas pelayanan, merupakan dimensi kualitas pelayanan dimana setiap pelayanan yang di tawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yakni :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) Adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*). *Responsiveness* adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.
4. Jaminan (*Assurance*) *Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. Empati (*Empathy*) *Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik

Kepuasan konsumen adalah reaksi seseorang pasca pembelian se buah produk dalam kondisi emosional yang ditunjukkan berupa ketidak puasan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yaitu si tuasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan senang atau tidak senang dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan. Pemikiran konsumen sebagai titik penentu akan membeli ulang produk yang sudah dibeli ataupun memilih pindah ke tempat lain. Sehingga dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen menjadi faktor terpenting didalam jalannya suatu bisnis. Dikarenakan kepuasan konsumen akan memberikan dampak bagi kelangsungan hidup bisnis dan dapat meningkatkan keunggulan bisnis dalam persaingan yang ada. Kepuasan menjadi lebih luas jika penilaian ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi (Sulaiman & Asmawi, 2022).

Ada beberapa indikator kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk yang semakin bagus akan memenuhi ekspektasi konsumen dan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Konsumen kembali menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan bila pelayanan perusahaan juga melakukan pelayanan yang baik, ramah serta memuaskan konsumen.
3. Harga produk, Kualitas produk yang ditawarkan baik dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasakan kepuasan.
4. Kemudahan mengakses produk Memesan produk melalui internet dengan cara yang tidak terlalu rumit serta tanpa ada biaya tambahan juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
5. Cara mengiklankan produk Cara mengiklankan produk juga harus diperhatikan didalam menjaga kepuasan konsumen. Produk yang dihasilkan juga harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Paradigma penelitian kuantitatif dianggap sebagai hubungan sebab akibat (kausal) antarvariabel penelitian (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian untuk mengetahui hubungan atau pengaruh sebab akibat (*cause effect relationship, cause effectual relationship*) antara dua variabel atau lebih dengan tujuan menjelaskan gejala atau fenomena tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.333	2,461		11.919	.000
X1	-.685	.075	-.629	-9.199	.000
X2	.214	.027	.535	7.827	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang terlihat pada tabel 4.15 dan t_{tabel} , dilakukan analisis dengan sampel Pengunjung cafe lyco sampang adalah sebagai berikut:

Nilai T_{hitung} Kualitas Pelayanan adalah sebesar 7,827 Bila taraf kesalahan 10% dan *degree of freedom* (df) = $107-2 = 105$, maka dapat diketahui bahwa Nilai T_{hitung} 7,827 > 1,290 dan diketahui nilai signifikansi variabel harga sebesar $0,001 < 0,1$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Data mendukung hipotesis alternatif kedua. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara terhadap Kepuasan Konsumen dicafe Lyco Sampang.

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regre sion	280.722	2	140.36 1	60.147	.000 ^b
Resi dual	242.699	1 0 9	2.334		
Total	523.421	1 1 1			
a. Dependent Variable: TOTALLY					
b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1					

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Pada taraf signifikan (α) = 0,1, derajat pembilang (df_1) $k-1 = 3-1$ derajat penyebut (df_2) $n-k = 107-2$, di peroleh $F_{tabel} = 2,75$. Pada output SPSS versi 25 bagian ANOVA tampak bahwa $F_{hitung} = 60,147$. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel antara *Store atmosphere* (X1) dan Kualitas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dan hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. jawaban kuisioner yang di isi oleh responden, Kelengkapan fasilitas fisik (Seperti internet wifi, lahan parkir, kamar kecil, dan lainnya) cukup memadai jadi dari hasil penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa di kafe Lyco memiliki fasilitas fisik (seperti internet wifi, lahan parkir, kamar kecil, dan lainnya) cukup memadai untuk konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian dan hipotesis menunjukkan adanya pengaruh secara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. jawaban kuisioner yang di isi oleh responden, sangat puas menu makanan dan minuman di kafe Lyco sampang jadi hasil penelitian yang dilakukan ini bahwa kafe Lyco memiliki menu makanan dan minuman yang berkualitas atas kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen maka dapat disimpulkan bahwa Penelitian ini membuktikan adanya penengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di kafe Lyco Sampang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Z., & Faisol, F. (2024). THE EFFECT OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE DECISION: CASE STUDY LYCO COFFE AND PLACE CONSUMERS AT SAMPANG. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 548-556.
- Anas, Z., Santoso, F., & Faisol, F. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Word of Mouth, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Durian Putri Jaya Kabupaten Sampang. *Journal of Economic and Business*, 1(1), 38-48.
- Dahwilani, D. M. (2019). *Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*. Inews.id.
- Islamy, S. N., Anas, Z., Faisol, F., & Muhammad, S. (2024). Analisis Peramalan Indeks Harga Konsumen Menggunakan Moving Average Method dan Least Square Method. *Journal of Economic and Business*, 1(1), 49-55.
- Jinan, F., Khirdany, E. N., & Faisol, F. (2025). Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2glow di Marketplace Tiktok Shop. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1517-1531.
- Liana, W., Anas, Z., & Faisol, F. (2025). Strategi Digital Marketing pada Sentra UMKM Telur Asin di Dusun Buleng Kabupaten Sampang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5956-5962.
- Mahsun, M., Khirdany, E. N., & Faisol, F. (2024). Menelisik Strategi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen pada Produk Usaha Rumah Amuma. *Journal of Economic and Business*, 1(2), 125-136.
- Masfufah, S., Santoso, F., Wahyudin, A., & Faisol, F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah. *Journal of Economic and Business*, 2(1), 92-103.
- Mart, K. Y. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal manajemen bisnis*.
- Maskuroh, M., Anas, Z., & Faisol, F. (2025). Pengaruh Media Sosial "Instagram" terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Rocket Chicken di Kabupaten Sampang. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1477-1486.
- Nasution, D. P., Halim, A., & Asnora, F. H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Mie Aceh Agam Rantauprapat. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1311-1322.

- Santoso, F., Faisal, F., & Haryansyah, S. E. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3367-3375.
- Saputra, F., Masyrurroh, A. J., Danaya, B. P., Maharani, S. P., Ningsih, N. A., Ricki, T. S., ... & Hadita, H. (2023). Determinasi Kinerja Karyawan: Analisis Lingkungan Kerja, Beban Kerja dan Kepemimpinan pada PT Graha Sarana Duta. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 329-341.
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan loyalitas konsumen dan profitabilitas pada Rich's Coffe. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 19-29.
- Sugiyono. (2020). "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D." In Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D, By Sugiono, 38. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, R., A. (2022). "Analisa Perkembangan UMKM Pada Usaha Cafe dan Prilaku Konsumen Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kota Medan." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis [JIMEIS]*.