



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aneka Bakery and Cake Shop Panyabungan Mandailing Natal

Nur Khopipah^{1*}, Andy Hakim², Muhlisah Lubis³

¹⁻³Manajemen Bisnis Syariah, STAIN Mandailing Natal, Indonesia

Email: khopipahpulangan07@gmail.com^{1*}, 2509.andyhakim@gmail.com², lubismuhlisah14@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: khopipahpulangan07@gmail.com¹

Abstract: *This thesis discusses the influence of service quality on customer satisfaction at Aneka Bakery and Cake Shop. The purpose of this study is to determine the extent to which service quality affects customer satisfaction levels. The research employs a quantitative method with 97 respondents, determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, partial tests (t-test), the coefficient of determination (R²), and simple linear regression analysis. The results indicate that service quality has a significant influence on customer satisfaction, as shown by a significance value of $0.00 < 0.05$ and a t-count (23.525) > t-table (1.661). The coefficient of determination of 0.214 shows that 21.4% of the variation in customer satisfaction is influenced by service quality. The simple linear regression equation obtained is $Y = 23.525 + 0.433X$, meaning that every improvement in service quality will increase customer satisfaction at Aneka Bakery and Cake Shop.*

Keywords: *Bakery and Cake; Customer Satisfaction; Linear Regression Analysis; Quantitative Method; Service Quality*

Abstrak: Skripsi ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Aneka Bakery and Cake Shop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 97 orang yang ditentukan melalui rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Data dikumpulkan melalui angket dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, uji parsial (t-test), koefisien determinasi (R²), serta analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan t hitung (23,525) > t tabel (1,661). Koefisien determinasi sebesar 0,214 menunjukkan bahwa 21,4% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Persamaan regresi linear sederhana diperoleh $Y = 23,525 + 0,433X$, yang berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Aneka Bakery and Cake Shop.

Kata Kunci: Analisis Regresi Linear; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Layanan; Metode Kuantitatif; Roti dan Kue

1. PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalambidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau

jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. (Budiyanto dan Yunus, 2014:1).

Peranan pemasaran sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dewasa ini. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi di negara Indonesia ini menyebabkan munculnya beraneka ragam bidang usaha yang menawarkan produk guna memenuhi kebutuhan pelanggan salah satunya adalah usaha yang bergerak di bidang makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam usaha kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama tetapi dengan harga dan pelayanan yang beraneka ragam.

Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli. Dengan meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan secara tepat, perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan pada konsumen sehingga dapat tercipta kesetiaan konsumen. Konsumen yang merasa puas merupakan aset penting bagi perusahaan sebab jika perusahaan kehilangan konsumennya maka bukan saja kehilangan penjualan di masa yang akan datang, akan tetapi perusahaan juga akan kehilangan keuntungan dari transaksi yang hilang karena konsumen merasa tidak puas terhadap perusahaan.

Fasilitas dan kualitas pelayanan sangat penting dipertahankan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Nilai yang dirasakan dari produk dan kualitas layanan mempengaruhi penilaian pelanggan tentang kepuasannya atau loyalitas dengan produk atau layanan. Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kelangsungan perusahaan dan untuk pertumbuhan dimasa depan yang kuat. (Rizan, Mohamad dan Fajar Andika, 2011: 28). Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Fenomena menjamurnya bisnis kuliner di Panyabungan yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan angkringan, bisnis berskala menengah seperti rumah makan, cafe dan toko roti, sampai dengan bisnis kuliner berskala besar seperti restoran. Banyaknya bisnis bakery yang berada di Panyabungan membuat persaingan bisnis tersebut semakin ketat karena disebabkan

oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dan variasi pilihan bentuk, rasa, tekstur dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan.

Salah satu toko Bakery yang mampu bertahan dan bersaing di pasar hingga saat ini adalah Aneka Bakery and Cake Shop. Aneka Bakery and Cake Shop menjadi salah satu toko roti favorit warga Panyabungan maupun luar panyabungan untuk membeli beragam jenis roti dan jajanan pasar. Semakin berkembangnya bisnis bakery di Panyabungan, pihak Aneka Bakery and Cake Shop harus berjuang keras untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menampilkan image dan identitas toko, kualitas dan keunggulan produk mulai dari rasa, varian hingga harga dari produk yang dihadirkan.

Berikut ini disajikan data jumlah pelanggan di Aneka Bakery and Cake Shop pada tahun 2018 sampai 2022, dari data yang telah diolah diperoleh data sebagai berikut ini:

Tabel 1. Jumlah pelanggan di Aneka bakery and Cake Shop Periode Tahun 2018-2022

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1.	2018	5.760
2.	2019	4.327
3.	2020	5.475
4.	2021	3.960
5.	2022	3.581
Jumlah		23.103

Sumber : Data dari Aneka bakery and Cake Shop (2022)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang datang ke toko Aneka Bakery and Cake Shop pada periode tahun 2018 sampai tahun 2022 memiliki jumlah rata-rata pelanggan yang tidak stabil atau mengalami perubahan setiap tahunnya. Hal ini menjadi suatu permasalahan bagi Aneka Bakery and Cake Shop untuk mengevaluasi kinerjanya dengan berupaya mempertahankan pelayanan yang memadai atau meningkatkan kualitas pelayanannya serta melakukan inovasi-inovasi baru yang lebih segar agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Para pemilik usaha khususnya dalam bidang kuliner, harus memperhatikan faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen agar dapat memenuhi harapan dan tuntutan konsumen. Tuntutan ini biasanya meliputi kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan seperti kecepatan, kenyamanan tempat, keramahan para karyawan, dan sebagainya.

Untuk mengukur kualitas pelayanan di Aneka Bakery and Cake Shop, dilakukan survei awal kepada 10 orang pelanggan di toko Aneka Bakery and Cake Shop berupa pertanyaan mengenai kepuasan mereka berbelanja di Aneka Bakery and Cake Shop. Berdasarkan hasil survei diperoleh 6 orang pelanggan yang merasa puas belanja di Aneka Bakery and Cake Shop. Salah satunya pelanggan berinisial "S" merasa bahwa produk yang dijual di Aneka Bakery and Cake

Shop sangat berkualitas mulai dari rasa, varian serta harganya terjangkau, ditambah lagi karyawan yang bekerja di Aneka Bakery and Cake Shop sangat ramah dan selalu tersenyum saat melayani pelanggan yang datang. Sedangkan 4 orang pelanggan merasa belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Aneka Bakery and Cake Shop. Salah satu dari mereka berinisial “A” mengatakan kecewa terhadap kualitas pelayanan di Aneka Bakery and Cake Shop karena kurang tanggapnya karyawan dalam merespon permintaan pelanggan. Ia juga mengatakan bahwa ketika ia membeli roti, karyawan Aneka Bakery and Cake Shop lambat dalam melayani padahal keadaan toko tidak ramai, karyawan Aneka Bakery and Cake Shop juga kurang ramah dan terkesan malas dalam menanggapi pelanggan.

Dari hasil survei di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa beberapa orang pelanggan masih belum puas dengan kualitas pelayanan di toko Aneka Bakery and Cake Shop. Kecepatan karyawan toko pada saat pelanggan membeli produk, sikap karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan dan kurang sigap/tanggapnya karyawan dalam melayani pelanggan menjadi alasan munculnya keluhan atau kritikan dari konsumen sehingga mereka kurang puas dengan pelayanan di Aneka Bakery and Cake Shop. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aneka Bakery and Cake Shop Panyabungan”.

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen dengan cara penyampaian yang tepat agar sesuai dengan harapan dan kepuasan mereka. Pelayanan mencakup tindakan tidak berwujud dari produsen kepada konsumen untuk memberikan kepuasan (Juharni, Kotler, Tjiptono). Menurut Parasuraman, ada dua faktor utama yaitu *perceived service* (layanan yang dirasakan) dan *expected service* (layanan yang diharapkan). Kualitas dianggap baik bila kenyataan melebihi harapan konsumen.

Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dan rambat:

- a. Tangibles (Bukti fisik) – fasilitas, penampilan, dan lingkungan.
- b. Reliability (Keandalan) – kemampuan memberikan layanan tepat waktu dan akurat.
- c. Responsiveness (Daya tanggap) – kesediaan membantu pelanggan secara cepat.
- d. Assurance (Jaminan) – kesopanan, kompetensi, dan rasa aman bagi pelanggan.
- e. Empathy (Kepedulian) – perhatian personal kepada pelanggan.

Menurut Tjiptono, jasa memiliki empat karakteristik utama kualitas pelayanan:

- a. Tidak berwujud (*intangibility*),
- b. Tidak terpisahkan dari proses produksi (*inseparability*),
- c. Bervariasi tergantung pelaksana (*variability*),
- d. Mudah lenyap karena tidak bisa disimpan (*perishability*).

Unsur-unsur kualitas pelayanan meliputi kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan, dan kenyamanan. Unsur-unsur ini menjadi kunci terciptanya loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dalam perspektif islam yaitu islam menekankan pentingnya pelayanan berkualitas dan beretika, sesuai dengan QS. *Ali Imran* (3):159 tentang kelembahlembutan dan musyawarah.

Etika pelayanan dalam Islam mencakup:

- a. Kejujuran,
- b. Dapat dipercaya,
- c. Ikhlas,
- d. Persaudaraan, dan
- e. Keadilan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan atas produk atau jasa. Jika kinerja sesuai atau melebihi harapan, konsumen merasa puas; jika di bawah harapan, konsumen merasa tidak puas (Jasfar, Abdullah, Assauri, Tjiptono).

Karakteristik konsumen yang puas yaitu

- a. Setia,
- b. Membeli lebih banyak,
- c. Memberi komentar positif,
- d. Tidak mudah tergoda merek lain,
- e. Memberi saran bagi perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi:

- a. Kualitas produk,
- b. Kualitas pelayanan,
- c. Emosional,
- d. Harga,
- e. Biaya dan kemudahan memperoleh produk.

Indikator kepuasan konsumen menurut Indrasari:

- a. Kesesuaian harapan,
- b. Minat berkunjung kembali,
- c. Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam Islam, kepuasan konsumen didasarkan pada standar syariah dan keseimbangan (QS. *Al-Furqan:67*). Kepuasan bukan hanya fisik, tetapi juga spiritual, dengan prinsip konsumsi yang halal, mubah, dan menghindari berlebihan. Tujuan akhirnya adalah mencapai kepuasan yang optimal dan keberkahan dalam konsumsi.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan membuktikan hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aneka Bakery and Cake Shop di Jl. Willem Iskandar, Kelurahan Sipolu-polu, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Lokasi ini dipilih karena aksesnya yang mudah dan belum pernah menjadi objek penelitian sebelumnya. Populasi penelitian berjumlah 3.581 konsumen, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang ditentukan melalui rumus Lemeshow menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner dengan skala Likert lima poin, dan dokumentasi perusahaan. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji korelasi dan metode Cronbach Alpha. Analisis data meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier sederhana, uji parsial (t-test), dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan secara sistematis dari bulan Mei hingga selesai guna memperoleh hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Kuesioner dikatakan sah atau valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut adalah hasil pengujian untuk masing-masing indikator dan variabel yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,643	0,196	Valid
2	0,616	0,196	Valid
3	0,670	0,196	Valid
4	0,457	0,196	Valid
5	0,631	0,196	Valid
6	0,413	0,196	Valid
7	0,568	0,196	Valid
8	0,411	0,196	Valid
9	0,643	0,196	Valid
10	0,318	0,196	Valid
11	0,631	0,196	Valid
12	0,225	0,196	Valid
13	0,458	0,196	Valid
14	0,486	0,196	Valid

Dari tabel 2 terlihat nilai r_{hitung} seluruh pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan memiliki status valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada urutan ke 95 dengan hasilnya adalah 0,196. Berikut tabel hasil pengujian hasil uji validitas kuesioner kepuasan pelanggan (Y) yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,425	0,196	Valid
2	0,716	0,196	Valid
3	0,436	0,196	Valid
4	0,630	0,196	Valid
5	0,686	0,196	Valid
6	0,355	0,196	Valid
7	0,479	0,196	Valid
8	0,696	0,196	Valid
9	0,249	0,196	Valid
10	0,563	0,196	Valid
11	0,686	0,196	Valid
12	0,333	0,196	Valid

Dari tabel 3 terlihat nilai r_{hitung} seluruh pernyataan untuk variabel Kepuasan Konsumen memiliki dtatus valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada urutan ke 95 dengan hasilnya adalah 0,196.

b. Uji Reliabilitas

Standar reliabilitas suatu instrumen dikatakan sempurna, jika nilai mendekati 1,0 tetapi jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sudah dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Reliability Statistics

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	$\alpha = 0,05$	Hasil
1.	Kualitas Pelayanan (X)	0,786	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,761	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen pada tabel 4 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* kualitas pelayanan (X) yaitu 0,786 sedangkan kepuasan konsumen (Y) yaitu 0,761. Sehingga kesimpulannya menunjukkan bahwa semua instrumen yang diajukan untuk variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) data dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

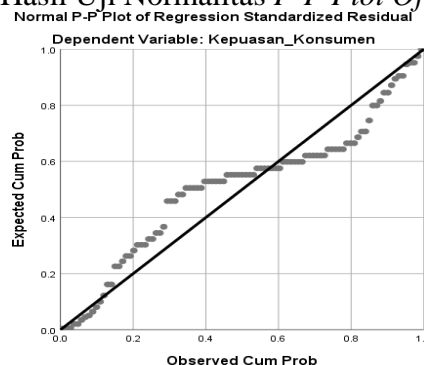
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistic dengan Umar Husein (2011:181) dengan menggunakan uji

- 1) Jika titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal
- 2) Jika titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas *P-P Plot Of Regresien*



Sumber: Hasil Pengolahan data dengan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji grafik *P-P Plot Of Regresien* dapat dijelaskan bahwa gambar grafik ini menjelaskan grafik ideal karna berdistribusi normal dari titik yang berada dekat garis atau tidak menyebar maka di katakan nirmal

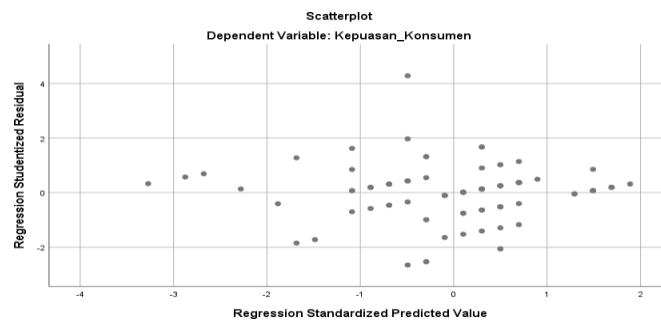
b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations			Kualitas_ Pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman' s rho	Kualitas_ Pelayanan	Correlation	1.000	.037
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.716
		N	97	97
Unstandar dized Residual		Correlation	.037	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.716	.
		N	97	97

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Spearman's rho, diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) antara variabel kualitas pelayanan dengan unstandardized residual sebesar 0,716. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan residual. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.



Sumber: Hasil Pengolahan data dengan SPSS 25

Gambar 1. ScatterPlot

Dengan melihat tampilan grafik tabel 6 menjelaskan bahwa nilai koefisien diperoleh sebesar 0,716 lebih besar dari 0,05. Kemudian hasil uji Scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dengan keberadaan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas dan tersebar, baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga tidak terjadi ada berdampak pada keraguan pada grafik diatas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Hasil analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut. Hasil uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana

		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Model						
1	Constant	.370	1.605		.230	.818
	Kualitas_ Pelayanan	.846	.026	.957	31.987	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Dari Tabel 7 diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 0,370 sedangkan kualitas pelayanan (b/kofisien regresi) sebesar 0,846. Berdasarkan Output regresi tabel 4.9 model analisis egresilinear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Di mana:

- Y = Kepuasan Konsumen
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X = Kualitas Pelayanan

$$Y = 0,370 + 0,846 X$$

Dari hasil pengujian regresi linear sederhana di atas, maka dapat di ketahui bahwa:

- a) Nilai konstanta sebesar 0,370 menunjukkan bahwa jika variabel independent (kualitas pelayanan) dianggap konstan atau nol maka nilai Y (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 0,370.
- b) Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,846. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,846 satuan dengan asumsi variabel independen lain lainnya tetap. Dapat disimpulkan bahwa koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, artinya semakin baiknya kualitas pelayanan maka

akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Aneka Bakery and Cake Shop.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian sebuah pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil penelitian Uji t dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Coefficients	Beta		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	.370	1.605		.230	.818
Kualitas_Pelayanan	.846	.026	.957	31.987	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 8 diatas menjelaskan bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (variabel X) sebesar 31,987 dan t_{tabel} diperoleh dari rumus $(n-k)$. Dimana n adalah jumlah sampel, sedangkan k adalah jumlah variabel. Sehingga diperoleh t_{tabel} yaitu $n-k = 97-2 = 95$ yaitu sebesar 1,661. Artinya, bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($31,987 > 1,661$) maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji parsial (t) variabel kualitas pelayanan (variabel X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (variabel Y) pada Toko Aneka Bakery and Cake Shop.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen kepuasan konsumen. Berikut ini hasil uji determinasi (R square) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957 ^a	.915	.914	1.30560

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai R Square yaitu sebesar 0,915 yang artinya variabel negatif atau variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen atau variabel kepuasan konsumen sebesar 91,5% sedangkan sisanya 8,5% lagi dijelaskan oleh variabel lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun hasil pembahasannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Aneka Bakery and Cake Shop di Jl. Willem Iskandar Kelurahan Sipolu polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Dari analisis menggunakan software SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,846. Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,846 unit. Selain itu, hasil uji t menunjukkan t-hitung sebesar 31,987, yang jauh lebih besar daripada t-tabel 1,661. Hal ini menegaskan bahwa hipotesis alternatif diterima, yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan diukur melalui beberapa dimensi, termasuk kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, dan kualitas produk yang ditawarkan. Survei yang dilakukan kepada konsumen menggambarkan bahwa mayoritas merasa puas dengan pengalaman mereka, tetapi juga ada beberapa catatan terkait kecepatan layanan pada waktu-waktu tertentu. Meskipun demikian, secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang baik berkontribusi besar terhadap kepuasan konsumen.

Data yang diperoleh juga menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas dengan layanan cenderung merekomendasikan Aneka Bakery and Cake Shop kepada orang lain, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya mempengaruhi kepuasan individu, tetapi juga berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan melalui rekomendasi positif.

- 2) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen harga pada Aneka Bakery and Cake Shop di Jl. Willem Iskandar Kelurahan Sipolu polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Melalui analisis menggunakan SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan harga sebesar 0,846. Ini menandakan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen terkait harga sebesar 0,846 unit. Hasil uji t juga menunjukkan t-hitung sebesar 31,987, yang jauh lebih tinggi daripada t-tabel 1,661. Hal ini menguatkan hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dalam konteks harga, konsumen cenderung mengevaluasi nilai produk berdasarkan kualitas pelayanan yang mereka terima. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan, mereka lebih cenderung merasa bahwa harga produk yang ditawarkan adalah wajar dan sebanding dengan pengalaman yang diterima. Hal ini

terlihat dari umpan balik yang dikumpulkan, di mana banyak konsumen menyatakan bahwa pelayanan yang cepat dan ramah membuat mereka merasa lebih puas dengan harga yang dibayarkan.

Data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan karyawan dan responsivitas dalam melayani pelanggan, sangat berkontribusi pada persepsi positif terhadap harga. Konsumen yang merasa dihargai dan diperhatikan cenderung beranggapan bahwa harga yang mereka bayar adalah adil, bahkan jika harga tersebut sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan tempat lain.

3) Apakah terdapat pengaruh fasilitas parkir dan ruang tunggu terhadap kepuasan konsumen pada Aneka Bakery and Cake Shop di Jl. Willem Iskandar Kelurahan Sipolu polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Analisis yang dilakukan menggunakan SPSS menghasilkan nilai koefisien regresi yang menunjukkan bahwa fasilitas parkir dan ruang tunggu memiliki kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam analisis regresi, koefisien untuk fasilitas parkir dan ruang tunggu masing-masing menunjukkan nilai yang signifikan, yang mengindikasikan bahwa peningkatan pada kedua aspek ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Uji t yang dilakukan menunjukkan nilai t-hitung yang cukup tinggi, lebih besar dari t-tabel, yang mengonfirmasi bahwa hipotesis bahwa fasilitas parkir dan ruang tunggu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Fasilitas parkir yang memadai memberikan kenyamanan bagi pelanggan, terutama di area yang padat, dan mengurangi kekhawatiran mereka tentang tempat parkir yang sulit ditemukan. Hal ini terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, karena mereka dapat dengan mudah mengakses toko tanpa harus khawatir tentang kendaraan mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa baik fasilitas parkir maupun ruang tunggu memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Untuk mengukur kualitas pelayanan di Aneka Bakery and Cake Shop, dilakukan survei awal kepada 10 orang pelanggan di toko Aneka Bakery and Cake Shop berupa pertanyaan mengenai kepuasan mereka berbelanja di Aneka Bakery and Cake Shop. Hasil pengujian ini secara umum menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Aneka Bakery and Cake Shop. Sebelum menentukan persamaan analisis regresi sederhana, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas pada semua pernyataan kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (variabel X) dan variabel kepuasan konsumen (variabel Y). Data tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar

dari r_{tabel} dengan signifikansi 5% atau 0,05. Kemudian uji reliabilitas untuk mengetahui data tersebut reliabel atau tidak, data yang dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil untuk reliabilitas variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,786 dan variabel kepuasan konsumen diperoleh sebesar 0,761.

Selanjutnya dilakukan uji normalitas dengan menggunakan grafik P- Plot untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang diolah berdistribusi normal atau tidak. Kemudian uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada varian residual yang sama pada satu pengamatan dengan pengamatan lain, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hasil untuk uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Rank Spearman* diperoleh sebesar 0,716. Selanjutnya dilakukan uji analisis regresi linear sederhana dengan nilai konstanta diperoleh sebesar 0,370 dan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,846. Sehingga persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah $Y = 0,370 + 0,846 X$.

Berdasarkan hasil pengujian, maka diperoleh uji parsial (t) sebesar 31,987 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 31,987 lebih besar dari 1,661 ($31,987 > 1,661$) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (variabel X) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (variabel Y) pada Toko Aneka Bakery dan Cake Shop. Sehingga menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu H_a diterima sedangkan H_0 ditolak.

Artinya bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen” yang telah dibuktikan dengan sukses oleh penelitian ini dengan nilai *R Square* sebesar 0,915 dikali 100% = 91,5% dan sisanya 8,5% lagi dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan kata lain, masih ada variabel lain yang mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (variabel Y) pada Toko Aneka Bakery dan Cake Shop. Sedangkan nilai R diperoleh sebesar 0,957. Artinya, hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Toko Aneka Bakery dan Cake Shop berada pada hubungan yang sangat kuat yaitu diantara 0,80 – 1,000.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aneka Bakery and Cake Shop. Uji validitas menunjukkan semua item kuesioner valid dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%, sedangkan uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach Alpha sebesar

0,786 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,761 untuk kepuasan konsumen, menandakan kedua variabel reliabel. Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, dan uji heteroskedastisitas dengan metode Rank Spearman memperoleh nilai signifikansi 0,716 ($>0,05$), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan $Y = 0,370 + 0,846X$, dengan nilai t hitung sebesar 31,987 lebih besar dari t tabel 1,661, yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,915 atau 91,5%, sedangkan 8,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai korelasi (R) sebesar 0,957 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Aneka Bakery and Cake Shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo.
- Amir. (2017). *Dinamika pemasaran*. Raja Grafindo.
- Amrtono, N. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2012). *Strategic marketing*. PT Rajagrafindo.
- Asti, & Ayuningtias. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap konsumen. *Ekomabis*, 1(1). <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Budiyanto, & Yunus. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(12).
- Freddy. (2002). *Measuring customer satisfaction*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrawan, R. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen pembangunan dan pendidikan*. PT Refika Aditama.
- Jasfar, F. (2012). *Teori dan aplikasi 9 kunci keberhasilan bisnis jasa (SDM, inovasi, dan kepuasan pelanggan)*. Salemba Empat.
- Juharni. (2017). *Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management)*. Sah Media.
- Rizan, M., & Andika, F. (2011). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan: Survei pelanggan Suzuki Dealer Fatmawati Jakarta Selatan. *Jurnal Mahasiswa Q-Man*, 1(3).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.

Trianto, B. (2019). *Riset modeling: Teori, konsep, dan prosedur melakukan penelitian*.

Zuriah, N. (2005). *Metodologi penelitian sosial pendidikan: Teori dan aplikasi*. PT Bumi Aksara.