



PERAN MODERASI LOKASI TERHADAP PENGARUH ANTARA FASILITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE BARAVI

Leo Waldy Rumahorbo ¹⁾ *, Erbin Chandra ²⁾, Sisca ³⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: leowaldyrumahorbo02@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran fasilitas, lokasi, dan kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. 2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. 3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh Lokasi pada Cafe Baravi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 53 orang yang sekaligus dijadikan sebagai sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, Uji instrumen penelitian adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif, dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Fasilitas, kepuasan pelanggan dan lokasi sudah baik. 2. terdapat pengaruh kuat dan positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan fasilitas dengan lokasi sebagai variabel moderasi. 3. terdapat hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh lokasi. Tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi sebagai variabel moderasi. 4. Hipotesis H_0 ditolak, artinya fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian lokasi mampu memoderasi secara signifikan hubungan, fasilitas dengan kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi.

Kata kunci: Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The objectives of this study are: 1. To find out the description of facilities, location, and customer satisfaction at Cafe Baravi. 2. To find out the effect of facilities on customer satisfaction at Cafe Baravi. 3. To find out the effect of facilities on customer satisfaction moderated by Location at Cafe Baravi. This study uses a library research design and field research. The population in this study amounted to 53 people who were also used as samples. The types of data used in this study are qualitative data and quantitative data. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection techniques are carried out by questionnaires, interviews, and documentation. The research instrument test is a validity test and a reliability test. The data analysis techniques used are normality tests, qualitative descriptive analysis, and quantitative descriptive analysis. The results of this study can be concluded as follows: 1. Facilities, customer satisfaction and location are good. 2. There is a strong and positive influence between facilities on customer satisfaction and facilities with location as a moderating variable. 3. There is a strong and positive relationship between facilities on customer satisfaction and facilities on customer satisfaction moderated by location. The high and low customer satisfaction can be explained by facilities and location as moderating variables. 4. Hypothesis H_0 is rejected, meaning that facilities have an influence and are significant on customer satisfaction, then location is able to significantly moderate the relationship, facilities with customer satisfaction at Cafe Baravi.

Keywords: Facilities, Location, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Suatu bisnis haruslah mampu menciptakan keyakinan dalam diri konsumennya agar dapat memperoleh penjualan atas produk yang ditawarkan. Persaingan yang ketat menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan yang kompetitif agar mampu bersaing dengan yang lain. Selain itu, teknologi yang semakin pesat juga membuat pelaku usaha dituntut untuk semakin kreatif, inovatif dan mampu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak kalah bersaing.

Cafe Baravi merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner di kota Pematang Siantar. Menu minumannya terdiri dari aneka arabika coffee, robusta coffee dan berbagai macam jus. Cafe Baravi tidak hanya menjual minuman, namun ada menawarkan berbagai macam makanan. Adapun makanannya terdiri dari aneka mie goreng, nasi goreng, dan aneka cemilan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja, fasilitas maupun lokasi. Fasilitas yang lengkap, masih layak pakai, nyaman dipakai dan Lokasi yang strategis akan menciptakan kepuasan pelanggan pada *coffee shop*. Pada penelitian ini penulis menggunakan empat dimensi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, faktor emosional, dan kemudahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelanggan diketahui bahwa fenomena kepuasan pelanggan pada dimensi kualitas produk belum optimal, dikarenakan rasa Coffee masih tidak konsisten dan masih berubah-ubah. Fenomena pada dimensi harga juga belum optimal, dikarenakan harga yang diberikan Cafe Baravi masih

belum memuaskan pelanggan karena Cafe Baravi tidak memberikan potongan harga apapun kepada pelanggan yang sudah bertransaksi dalam jumlah cukup besar.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu fasilitas. Semakin berkualitas fasilitas yang diberikan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Dimas, 2022), yang mengatakan bahwa fasilitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas dalam penelitian ini menggunakan enam dimensi yang terdiri dari perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan / perabotan, tata cahaya, warna, dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelanggan diketahui bahwa fenomena fasilitas pada dimensi perencanaan spasial belum optimal, dikarenakan ukuran tempat cafe sangat kecil sehingga pelanggan yang datang terbatas. Kemudian fenomena pada dimensi perlengkapan / perabotan belum optimal, dikarenakan meja dan kursi yang dimiliki Cafe Baravi tidak terlalu banyak sehingga tidak mampu menampung pelanggan ketika sedang ramai.

Faktor yang dapat mempengaruhi hubungan fasilitas dengan kepuasan pelanggan yaitu lokasi. Hal ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu (Rido, Kosasih and Ajat, 2019), dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa memberikan fasilitas yang baik dan lokasi yang baik maka akan membuat pelanggan merasa puas. Lokasi dalam penelitian ini diukur dengan delapan dimensi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, dan persaingan

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelanggan diketahui bahwa fenomena lokasi pada dimensi tempat parkir belum optimal, dikarenakan tempat parkir yang disediakan oleh Cafe Baravi masih terbatas dan sangat sempit. Kemudian fenomena pada dimensi ekspansi belum optimal, dikarenakan Cafe Baravi tidak memiliki lahan lagi di sekitar cafe jika ingin memperluas cafe menjadi lebih besar lagi.

Dari penjabaran di atas dapat dilihat adanya masalah antara ekspektasi dan kenyataan serta dukungan teori mengenai fasilitas, lokasi, dan kepuasan pelanggan di Cafe Baravi, yang membuat penulis terdorong melakukan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Manajemen

Menurut (Nugroho, 2017), manajemen adalah proses pencapaian tujuan suatu organisasi dengan melaksanakan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap sumber-sumber daya yang ada di dalam suatu organisasi agar dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Hery, 2019), pemasaran berkaitan dengan cara kita mengidentifikasi kebutuhan orang-orang atau konsumen dengan melihat peluang yang ada, yang artinya memenuhi kebutuhan konsumen dengan menguntungkan yaitu dengan membuat peluang bisnis tersebut agar mampu menghasilkan laba yang menguntungkan.

Fasilitas

Menurut Darajat dalam (Tamonsang and Apriliyanto, 2022), fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Lokasi

Menurut (Heizer and Render, 2015), lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler and Keller, 2016), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah menilai antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.

PENGARUH ANTAR VARIABEL

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hal ini sejalan dengan penelitian (Dimas, 2022), yang menyatakan bahwa fasilitas dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. penyedia jasa wajib menciptakan fasilitas yang terbaik kepada pelanggan, agar pelanggan nyaman kepada perusahaan dan apa yang sudah mereka bayar agar sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Hubungan Lokasi dengan Kepuasan Pelanggan

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rido, Kosasih and Ajat, 2019), yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menyediakan lokasi yang baik maka akan membuat pelanggan merasa puas.

METODE

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah Cafe Baravi, yang berlokasi di Jl. Toba II No. 65, Kelurahan Martimbang, Kecamatan Siantar Selatan, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, Kode Pos 21118. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe

Baravi yang datang membeli selama bulan Juli di hari Sabtu dan Minggu kedua dan ketiga tahun 2024 sekitar 53 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

HASIL PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Nilai Interval	Kategori		
	Fasilitas	Lokasi	Kepuasan Pelanggan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik	Baik	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner (2024)

Gambaran Fasilitas

Untuk indikator respon pelanggan tentang fasilitas yang disediakan cafe bernilai rata-rata 4,06 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan respon pelanggan sudah positif tentang Cafe Baravi di internet maupun sosial media *facebook* tentang fasilitas yang disediakan. Untuk indikator kenyamanan pelanggan ketika berkunjung ke cafe bernilai rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pelanggan selalu berada di Café Baravi rata-rata diatas 2 jam lamanya karena merasa sudah merasa nyaman tentang fasilitas maupun kualitas produk yang diberikan.

Pada dimensi perencanaan ruangan pada indikator desain ruangan cafe bernilai

rata-rata 3,91 dengan kriteria jawaban baik.

Hal ini dikarenakan desain ruangan yang diberikan Cafe Baravi *simple* dan ruangan rapi. Untuk indikator interior ruangan cafe bernilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi memiliki interior tambahan seperti adanya TV dan *speaker* jika pelanggan ingin menonton bola bersama dan mendengarkan lagu. Untuk indikator sirkulasi udara pada ruangan cafe bernilai rata-rata 4,13 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan ruangan di sisi kiri tidak tertutup oleh jendela atau dinding sehingga udara masuk dengan bebas membuat ruangan tidak panas.

Pada dimensi perlengkapan atau perabotan untuk indikator kelengkapan perabotan meja dan kursi di cafe bernilai rata-rata 3,28 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dikarenakan meja dan kursi yang dimiliki Cafe Baravi tidak terlalu banyak sehingga tidak mampu menampung pelanggan ketika sedang ramai. Untuk indikator kelengkapan alat produksi di cafe bernilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi tidak memiliki mesin grinder atau penggiling kopi menyebabkan rasa kopi yang kurang otentik. Untuk indikator kelengkapan perlengkapan di cafe bernilai rata-rata 3,94 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi menyediakan *wi-fi* gratis, tempat *charger*, maupun asbak sehingga pelanggan semakin betah di Cafe Baravi.

Pada dimensi tata cahaya untuk indikator pencahayaan ruangan yang ada pada cafe bernilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pencahayaan yang diberikan sudah cukup sehingga membuat cafe terlihat tidak gelap. Untuk indikator kenyamanan warna cahaya

ruangan cafe bernilai rata-rata 3,96 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan warna cahaya lampu menggunakan warna putih terang. Untuk indikator jenis pencahayaan yang diberikan cafe bernilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pencahayaan menggunakan lampu bohlam berbentuk lonjong yang membuat tampilan cafe lebih cantik.

Pada dimensi warna untuk indikator warna dinding ruangan cafe bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan warna dinding ruangan sudah mulai pudar dan kotor. Untuk indikator warna penulisan nama pada cafe bernilai rata-rata 3,92 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan warna penulisan Cafe Baravi berwarna dominan kuning dan cukup besar sehingga jika dilihat dari jarak yang cukup jauh sudah terlihat. Untuk indikator warna interior yang digunakan cafe bernilai rata-rata 4,06 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan warna interior meja dan kursi memiliki warna hitam dan cokelat sehingga warna interior tersebut tidak cepat kotor.

Pada dimensi Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis untuk konsep café untuk indikator konsep yang diberikan cafe bernilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan konsep cafe menggunakan konsep ala rumah seperti lagi nongkrong di depan teras rumah sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. Untuk indikator *teks* pada dinding cafe yang memiliki arti bernilai rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan *teks* pada dinding cafe memiliki bacaan nama cafe dan memiliki arti identitas cafe tersebut, sehingga jika pelanggan ingin memposting foto *teks* tersebut banyak

dilihat banyak orang. Untuk indikator tata letak penempatan fasilitas di cafe bernilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan tata letak fasilitas yang diberikan menggunakan 1 meja 4 kursi dan 2 meja 6 kursi disusun dengan rapi.

Dengan demikian dapat disimpulkan nilai fasilitas dari rekapitulasi semua pertanyaan memperoleh nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria jawaban baik. Dan yang menjadi nilai rata-rata tertinggi 4,13 dengan kriteria jawaban baik berada pada dimensi perencanaan ruangan untuk indikator kelengkapan perabotan meja dan kursi di cafe. Sedangkan nilai rata-rata terendah 3,28 dengan kriteria jawaban cukup baik berada pada dimensi perlengkapan atau perabotan untuk indikator kelengkapan perabotan meja dan kursi.

Gambaran Lokasi

Untuk indikator ketersediaan akses transportasi umum di sekitar cafe bernilai rata-rata 4,04 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan jika ingin ke Cafe Baravi bukan hanya dengan kendaraan pribadi saja tetapi bisa diakses dengan transportasi umum dan berhenti langsung di depan Cafe Baravi. Untuk indikator kemudahan dalam akses waktu menuju lokasi cafe bernilai rata-rata 3,89 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan dari pusat kota pematangsiantar menuju Cafe Baravi hanya membutuhkan waktu 5 menit saja.

Pada dimensi visibilitas untuk indikator lokasi cafe terlihat dengan jelas bernilai rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi berada diantara simpang sehingga jika dilihat dari arah utara, selatan, dan barat sangat terlihat jelas keberadaan Cafe Baravi. Untuk indikator letak lokasi cafe dekat jalan

raya bernilai rata-rata 4,06 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi berada di pinggir jalan raya yaitu jalan utama JL Toba. Untuk indikator tersedianya petunjuk menuju lokasi cafe bernilai rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan petunjuk jalan di *google maps* tidak sama dengan nama tempat yang sebenarnya di lokasi, sehingga membuat pelanggan akan kebingungan jika baru pertama kali ingin mengunjungi Cafe Baravi menggunakan petunjuk dari *google maps*.

Pada dimensi lalu lintas (*traffic*) untuk indikator kondisi lalu lintas di sekitar cafe bernilai rata-rata 4,13 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lalu lintas di sekitar Cafe Baravi sangat jarang macet. Untuk indikator kondisi jalanan menuju lokasi cafe bernilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan kondisi jalanan dari kota pematangsiantar ke Cafe Baravi selalu lancar. Untuk indikator banyaknya orang yang lalu lalang di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan di sekitar Cafe Baravi masyarakat yang tinggal banyak orang pekerja sehingga tidak banyak orang yang lalu lalang berjalan di sekitar cafe.

Pada dimensi tempat parkir untuk indikator tersedianya lahan parkir di cafe bernilai rata-rata 3,25 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan tempat parkir yang disediakan oleh Cafe Baravi masih terbatas dan sangat sempit. Untuk indikator kemudahan parkir ketika berkunjung ke cafe bernilai rata-rata 3,89 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan di Cafe Baravi memiliki petugas parkir sehingga pelanggan sangat mudah jika ingin memarkirkan

kendaraannya. Untuk indikator keamanan parkir ketika berkunjung ke cafe bernilai rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan ruangan yang terbuka serta parkir langsung berada di samping dan depan Cafe Baravi membuat kendaraan selalu aman pada saat parkir.

Pada dimensi ekspansi untuk indikator persediaan tempat untuk memperluas lokasi cafe bernilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi tidak memiliki lahan lagi di sekitar cafe jika ingin memperluas cafe menjadi lebih besar lagi. Untuk indikator kondisi lingkungan di sekitar cafe jika dilakukan ekspansi bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan kondisi sekitar sudah penuh rumah penduduk dan tidak ada lagi lahan kosong sehingga Cafe Baravi tidak bisa lagi untuk memperluas tempat. Untuk indikator modal yang cukup untuk melakukan ekspansi cafe bernilai rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan Cafe Baravi sudah buka dari tahun 2005 sehingga jika ingin melakukan ekspansi tentunya sudah mempunyai modal yang cukup.

Pada dimensi lingkungan untuk indikator lingkungan yang bersih di sekitar cafe bernilai rata-rata 4,09 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan jarang orang yang lalu lalang disekitar cafe membuat lingkungan sekitar cafe selalu bersih, tidak ada yang membuang sampah sembarangan. Untuk indikator lingkungan yang nyaman di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lalu lintas yang jarang padat dan jarang orang lalu lalang berjalan membuat lingkungan sekitar Cafe Baravi menjadi tidak bising. Untuk indikator

kondisi lingkungan yang aman di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,91 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pelanggan atau masyarakat sekitar tidak pernah kehilangan atau kemalingan barang.

Pada dimensi persaingan untuk indikator lokasi cafe yang strategis dibanding pesaing bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan lokasi Cafe Baravi dengan pesaing hanya berjarak 1 rumah penduduk saja. Untuk indikator lokasi usaha pesaing sejenis di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan lokasi usaha pesaing berada di samping Cafe Baravi, sehingga jika Cafe Baravi lagi penuh pelanggan langsung beralih ke usaha pesaing tersebut. Untuk indikator produk sejenis yang dijual oleh pesaing di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan pesaing menjual produk yang hampir sama dengan Cafe Baravi seperti kopi hitam, americano *coffee late* original, dan lain sebagainya.

Dengan demikian dapat disimpulkan nilai lokasi dari rekapitulasi semua pertanyaan memperoleh nilai rata-rata 3,77 dengan kriteria jawaban baik. Dan yang menjadi nilai rata-rata tertinggi 4,17 dengan kriteria jawaban baik berada pada dimensi akses untuk indikator kemudahan lokasi cafe untuk dijangkau pelanggan. Sedangkan nilai rata-rata terendah 3,25 dengan kriteria jawaban cukup baik berada pada dimensi tempat parkir untuk indikator tersedianya lahan parkir di cafe.

Gambaran Kepuasan Pelanggan

Pada indikator kesempatan mengembangkan keterampilan dengan rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban puas, hal ini terjadi karena dengan mengembangkan

keterampilan pegawai membuka peluang untuk kemajuan karir, seperti promosi dan transisi ke peran lain yang lebih menantang. Pada indikator beban kerja dengan rata-rata 3,28 dengan kriteria cukup puas, dikarenakan dengan beban kerja yang tidak sesuai, pegawai terburu-buru untuk menyelesaikan tugasnya.

Pada dimensi *reward* dengan indikator promosi dengan rata-rata 3,35 dengan kriteria cukup puas, dikarenakan kurangnya promosi yang diberikan secara adil. Pada indikator finansial dengan rata-rata 4,54 dengan kriteria puas, hal ini terjadi karena secara keseluruhan aspek finansial yang dikelola dengan baik menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan produktif, di mana pegawai merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi maksimal kepada organisasi. Pada indikator tunjangan dengan rata-rata 4,29 dengan kriteria sangat puas, hal ini terjadi karena ketika pegawai merasa didukung melalui tunjangan yang memadai mereka cenderung lebih fokus dan produktif dalam pekerjaan mereka.

Pada dimensi kondisi kerja dengan indikator fasilitas alat kerja dengan rata-rata 4,49 dengan kriteria sangat puas, hal ini terjadi karena pegawai merasa didukung dengan fasilitas dan peralatan yang memadai cenderung lebih puas dengan pekerjaan mereka. Pada indikator risiko pekerjaan dengan rata-rata 4,48 dengan kriteria sangat puas, hal ini terjadi karena jika resiko tersebut dapat dikelola dengan baik melalui pelatihan, prosedur keselamatan dan peralatan yang memadai pegawai merasa aman karena pegawai tahu bahwa ada langkah-langkah yang diambil untuk meminimalkan risiko. Pada indikator tantangan pekerjaan dengan rata-rata 3,32

dengan kriteria cukup puas, dikarenakan sering kali mendorong pegawai untuk kurang berpikir kreatif dan menemukan solusi baru.

Pada dimensi kolagen yang mendukung dengan indikator interaksi antar karyawan dengan atasan dengan rata-rata 4,32 dengan kriteria sangat puas, hal ini karena atasan mendukung berperan sebagai mentor dan pembimbing bagi pegawai. Pada indikator kerja sama dengan atas dengan rata-rata 4,48 dengan kriteria sangat puas, hal ini terjadi karena ketika atasan dan pegawai memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan tim dan organisasi mereka lebih mudah bekerja sama untuk pencapaian visi misi yang jelas. Pada indikator pujian dari atasan dengan rata-rata 3,34 dengan kriteria cukup puas, dikarenakan kurangnya adanya pengakuan dari atasan yang menghargai kinerja pegawainya dan kurangnya komunikasi yang kurang efektif terhadap pegawai dengan atasan.

Secara keseluruhan penulis mengambil keputusan bahwa kepuasan kerja berada pada nilai rata-rata 4,01. Nilai rata-rata tertinggi berada pada dimensi *reward* dengan indikator finansial dengan nilai rata-rata 4,54 dengan kriteria sangat puas. Nilai rata-rata terendah pada indikator beban kerja dengan rata-rata 3,28 dengan kriteria cukup puas, dikarenakan dengan beban kerja yang tidak sesuai, pegawai terburu-buru untuk menyelesaikan tugasnya.

Analisis Dekriptif Kuantitatif Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Hasil Regresi Linier Berganda 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	16,738	4,08	
	Fasilitas	0,43	0,059	0,716

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21 (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2. diperoleh model persamaan $\hat{Y} = 16,738 + 0,430 X_1$ artinya jika fasilitas naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,430 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi.

Tabel 3
Hasil Regresi Linier Berganda 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	44,954	0,848	
	Zscore: Fasilitas	3,203	0,928	0,471
	Zscore: Lokasi	2,517	0,932	0,37
	Moderasi	2,669	1,224	0,2

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21 (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner pada tabel 3 uji nilai selisih mutlak diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 44,954 + 3,203X_1 + 2,517X_2 + 2,669 IZX_1 - ZX_2I$, artinya terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan lokasi sebagai variabel moderasi pada Cafe Baravi.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 4
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	0,513	0,503	4,78953

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21 (2024)

Dari hasil koefisien korelasi pada tabel 4 di atas diperoleh nilai korelasi (R) = 0,716, artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) = 0,513, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi

sebesar 51,3% dapat dijelaskan oleh fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, *word of mouth*, kepercayaan pelanggan dan lainnya.

Tabel 5
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	0,602	0,577	4,41844

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21 (2024)

Dari hasil koefisien korelasi pada tabel 5 di atas diperoleh nilai korelasi (R) = 0,776, yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan dengan lokasi sebagai variabel moderasi. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) = 0,602, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sebesar 60,2% dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi, sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, *word of mouth*, kepercayaan pelanggan dan lainnya.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

1) Uji Hipotesis Pertama: Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 6
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1		
(Constant)	4,102	0
Fasilitas	7,328	0

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 21 (2024)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel fasilitas sebesar 7,328 > t_{tabel} dengan taraf $df = n-k-1$ (53-1-1=51) sebesar 2,00758 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak, artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe

Baravi. Hal ini sesuai dengan pendapat (Dimas, 2022), yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan yang Dimoderasi oleh Lokasi

Tabel 7
Hasil Uji t_{hitung}

Model	t	Sig.
1		
(Constant)	53,01	0
Zscore Fasilitas	3,453	0,001
Zscore (Lokasi)	2,7	0,01
Moderasi	2,181	0,034

Sumber: hasil pengolahan SPSS 21 (2024)

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel moderasi (lokasi) sebesar 2,181 > t_{tabel} dengan taraf $df = n-k-1$ (53-2-1=50) sebesar 2,00856 atau taraf signifikansi 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak. Maka dengan begitu dapat disimpulkan bahwa lokasi mampu memoderasi secara signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. Pendapat ini sesuai dengan hasil penelitian (Rido, Kosasih and Ajat, 2019).

EVALUASI

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh pelanggan selama menggunakan jasa layanan sehingga membuat pengunjung merasa nyaman. Dari hasil rekapitulasi jawaban mengenai fasilitas di Cafe Baravi diperoleh nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria jawaban baik, namun masih ada beberapa indikator yang memperoleh nilai di bawah rata-rata keseluruhan untuk diperbaiki.

Berdasarkan tabel 5.7 di atas dapat dijelaskan untuk dimensi perencanaan spasial pada indikator ukuran tempat cafe baravi berada pada nilai 3,32 dengan kriteria

jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya jika cafe sudah penuh pemilik langsung memberitahu lewat sosial media jika Cafe Baravi lagi tidak bisa dikunjungi untuk beberapa jam karena sudah penuh., sehingga pelanggan yang ingin berkunjung tapi tidak kebagian tempat tidak kecewa.

Pada dimensi perlengkapan atau perabotan untuk indikator kelengkapan perabotan meja dan kursi di cafe bernilai rata-rata 3,28 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya Cafe Baravi menambah jumlah kursi dan meja lebih banyak lagi, sehingga pada saat pelanggan datang mereka mendapatkan kursi dan meja yang kosong. Untuk indikator kelengkapan alat produksi kopi di cafe bernilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya Cafe Baravi memiliki mesin grinder sendiri dengan begitu akan membuat rasa kopi menjadi otentik dan juga kopi yang digiling sendiri menghasilkan kualitas yang jauh lebih baik.

Pada dimensi warna untuk indikator warna dinding ruangan cafe bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan lagi dengan cara sebaiknya pemilik mengecat ulang Cafe minimal 6 bulan sekali atau 1 tahun sekali, sehingga warna cat tidak cepat luntur dan kotoran yang diakibatkan ketidaksengajaan pelanggan atau karyawan bisa hilang.

Dari hasil evaluasi di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas pada Cafe Baravi sudah dikategorikan baik. Walaupun demikian, beberapa aspek perlu ditingkatkan agar pelanggan tetap senang melakukan pembelian di Cafe Baravi. Hal ini didukung oleh teori Kotler and Keller dalam

(Maulidiah, Survival and Budianto, 2023), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan atau organisasi didirikan dan dapat berupa saluran distribusi suatu produk kepada pelanggan sehingga harus dapat dijangkau dengan mudah oleh pelanggannya dan memudahkan dalam penyaluran distribusinya. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tujuh dimensi yang digunakan dalam penelitian ini bahwa lokasi pada Cafe Baravi bernilai rata-rata 3,77 dengan kriteria jawaban baik. Akan tetapi masih ada beberapa indikator yang perlu diperbaiki karena nilainya di bawah rata-rata keseluruhan.

Pada dimensi visibilitas untuk indikator tersedianya petunjuk menuju lokasi cafe bernilai rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya pemilik Cafe Baravi mengubah lokasi di *google maps*, sehingga pelanggan tidak bingung jika mencari tempat menggunakan *google maps*. Pada dimensi tempat parkir untuk indikator tersedianya lahan parkir di cafe bernilai rata-rata 3,25 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya Cafe Baravi menyewa lahan parkir di halaman yang cukup luas di rumah penduduk, sehingga pelanggan bisa memarkirkan kendaraan dengan aman dan nyaman.

Pada dimensi ekspansi untuk indikator persediaan tempat untuk memperluas lokasi cafe bernilai rata-rata 3,26 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara

sebaiknya jika pemilik Cafe Baravi memiliki modal yang cukup agar membuat cabang kedua Cafe Baravi, sehingga pelanggan bisa mengunjungi cabang jika di Cafe Baravi sedang penuh. Untuk indikator kondisi lingkungan sekitar jika dilakukan ekspansi cafe bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya meminta izin kepada penduduk sekitar dan ketua RT / RW jika ingin melakukan ekspansi.

Pada dimensi persaingan untuk indikator lokasi yang strategis di banding pesaing bernilai rata-rata 3,38 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara walaupun lokasi berdekatan dengan pesaing Cafe Baravi membuat variasi produk lebih banyak lagi. Untuk indikator lokasi usaha pesaing sejenis di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya Cafe Baravi menyediakan kursi dan meja lebih banyak lagi dan sering mengadakan promo atau memberikan bonus kepada pelanggan jika bertransaksi dalam jumlah yang banyak, sehingga pelanggan tidak beralih ke pesaing. Untuk indikator produk sejenis oleh pesaing di sekitar cafe bernilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya Cafe Baravi menambah variasi menu lebih banyak lagi yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Dari hasil evaluasi di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi pada Cafe Baravi sudah dikategorikan baik. Walaupun demikian, beberapa aspek perlu ditingkatkan agar pelanggan tetap senang melakukan pembelian di Cafe Baravi. Hal ini didukung oleh teori (Heizer and Render, 2015), lokasi

adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan seperti perasaan senang atau kecewa terhadap evaluasi kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dengan ekspektasi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka atau dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk keberlangsungan dari perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari empat dimensi yang digunakan dalam penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi bernilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban puas. Akan tetapi masih ada beberapa indikator yang perlu diperbaiki karena berada di bawah nilai rata-rata keseluruhan.

Berdasarkan tabel 5.9 di atas dapat dijelaskan pada dimensi kualitas produk untuk indikator cita rasa produk yang diberikan cafe pada pelanggan bernilai rata-rata 3,28 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya pemilik Cafe Baravi harus menentukan karyawan yang mana yang harus membuat pesanan terutama pada produk kopi, agar rasa tetap enak, tetap sama atau konsisten pada saat pemesanan. Pemilik Cafe Baravi juga memastikan penyaringan yang dilakukan harus sampai halus agar tidak ada tekstur-tekstur biji kopi yang melekat di mulut.

Pada dimensi harga untuk indikator potongan harga yang diberikan cafe kepada

pelanggan bernilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya pemilik Cafe Baravi memberikan potongan harga atau *voucher member* kepada pelanggan yang melakukan pembelian produk dalam jumlah banyak, sehingga pelanggan merasa puas dan ingin selalu membeli produk Cafe Baravi.

Pada dimensi faktor emosional untuk indikator tingkat rasa bangga dalam mengkonsumsi produk cafe bernilai rata-rata 3,36 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara sebaiknya memberikan pelanggan pengalaman pembelian yang baik seperti menyediakan jenis produk yang lebih variatif lagi, serta meningkatkan popularitas produk, dan citra merek pada produk, sehingga pelanggan yang telah melakukan pembelian memiliki keyakinan terhadap produk dan memudahkan untuk tidak membeli ke tempat lain.

Dari hasil evaluasi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi sudah dikategorikan puas. Walaupun demikian, beberapa aspek perlu ditingkatkan sehingga pelanggan tetap senang melakukan pembelian di Cafe Baravi. Hal ini didukung oleh teori (Daryanto and Setyobudi, 2014), menyatakan kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah pelanggan menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan pelanggan yang menggunakannya terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari seluruh uraian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang fasilitas memperoleh kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata tertinggi berada pada dimensi perencanaan ruangan untuk indikator kondisi sirkulasi udara pada ruangan cafe, dan untuk nilai rata-rata terendah berada pada dimensi perencanaan spasial untuk indikator ukuran tempat cafe baravi.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang lokasi memperoleh kriteria jawaban baik. Nilai rata-rata tertinggi pada dimensi akses untuk indikator kemudahan lokasi cafe untuk dijangkau pelanggan, dan untuk nilai rata-rata terendah berada pada dimensi tempat parkir untuk indikator tersedianya lahan parkir di cafe.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan memperoleh kriteria jawaban puas. Nilai rata-rata tertinggi berada pada dimensi kemudahan untuk indikator kemudahan melakukan transaksi di cafe dan untuk nilai rata-rata terendah berada pada dimensi kualitas produk untuk indikator cita rasa produk yang diberikan cafe pada pelanggan.
4. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. Hasil analisis regresi dengan variabel moderasi menunjukkan pengaruh yang positif antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh lokasi pada Cafe Baravi.
5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas dan kepuasan pelanggan dan

menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh lokasi pada Cafe Baravi. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi.

6. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi.
7. Hasil pengujian hipotesis uji moderasi dengan metode selisih mutlak diketahui bahwa lokasi mampu memoderasi secara signifikan pada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi.

Saran

Dari kesimpulan di atas, maka perlu dikemukakan beberapa saran yang dapat berguna bagi instansi yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan fasilitas, sebaiknya Cafe Baravi menambah jumlah kursi dan meja lebih banyak lagi, sehingga pada saat pelanggan datang mereka mendapatkan kursi dan meja yang kosong.
2. Untuk meningkatkan lokasi, sebaiknya Cafe Baravi menyewa lahan parkir di halaman yang cukup luas di rumah penduduk, sehingga pelanggan bisa memarkirkan kendaraan dengan aman dan nyaman.
3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya pemilik Cafe Baravi harus menentukan karyawan yang mana yang harus membuat pesanan terutama pada produk kopi, agar rasa tetap enak, tetap sama atau konsisten pada saat pemesanan. Pemilik Cafe Baravi juga memastikan penyaringan yang dilakukan harus

sampai halus agar tidak ada tekstur-tekstur biji kopi yang melekat di mulut.

4. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan keterbatasan yang dimiliki penulis, penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan-kelemahan dan belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Cafe Baravi. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, perlu memperbanyak variabel penelitian seperti kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, promosi, minat beli, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto and Setyobudi, I. (2014) **Konsumen dan Pelayanan Prima**. Yogyakarta: Gava Media.
- Dimas, D.K. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang', *Journal of Management*, 5(1), pp. 348–358.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1492>.
- Heizer, J. and Render, B. (2015) **Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan**. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery (2019) **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, P. and Keller, K. lane (2016) **Manajemen Pemasaran**. 12th edn. Jakarta: PT. Indeks.

- Maulidiah, E.P., Survival and Budianto, B. (2023) **‘Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan’**, Jurnal Economina, 2(3), pp. 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>.
- Nugroho, R. (2017) **Manajemen Pelayanan Publik**. Depok: Rajawali Pers.
- Rido, S., Kosasih and Ajat, S. (2019) **‘Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang’**, Jurnal Buletin Studi Ekonomi, 24(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24843/BSE.2019.v24.i02.p01>.
- Tamonsang, M. and Apriliyanto, M. dwi (2022) **‘Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening’**, Jurnal Manajemen dan Bisnis 1(2), pp. 72–80. <http://dx.doi.org/10.30742/pragmatis.v1i2.2087>