PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS TERHADPA KEPUASAN PELANGGAN MAXX COFFEE SUNTER DI JAKARTA UTARA

Patricia Daniela

patriciadaniela26@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini grand theory nya adalah pemasaran yang dimana pemasaran memiliki marketing mix 4P yang terdiri dari product, price, place, dan promotion yang memiliki hubungan dengan pembahasan tentang kualitas layanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan. Teori-teori yang digunakan bersumber dari para ahli seperti Kotler and Amstrong (2018), Kotler and Keller (2016), Indrasari (2019), Pantilu, Koleangan, and Roring (2018), dan masih banyak para ahli lainnya. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan dan fasilitas memliki pengaruh dalam kepuasan pelanggan

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research's grand theory is marketing where marketing has a 4P marketing mix consisting of product, price, place, and promotion which has a relationship with discussions about service quality, facilities, and customer satisfaction. The theories used are sourced from experts such as Kotler and Armstrong (2018), Kotler and Keller (2016), Indrasari (2019), Pantilu, Koleangan, and Roring (2018), and many other experts. In addition, this research is also supported by previous studies related to the quality of services and facilities to customer satisfaction.

This study proves that the quality of services and facilities has an influence on customer satisfaction

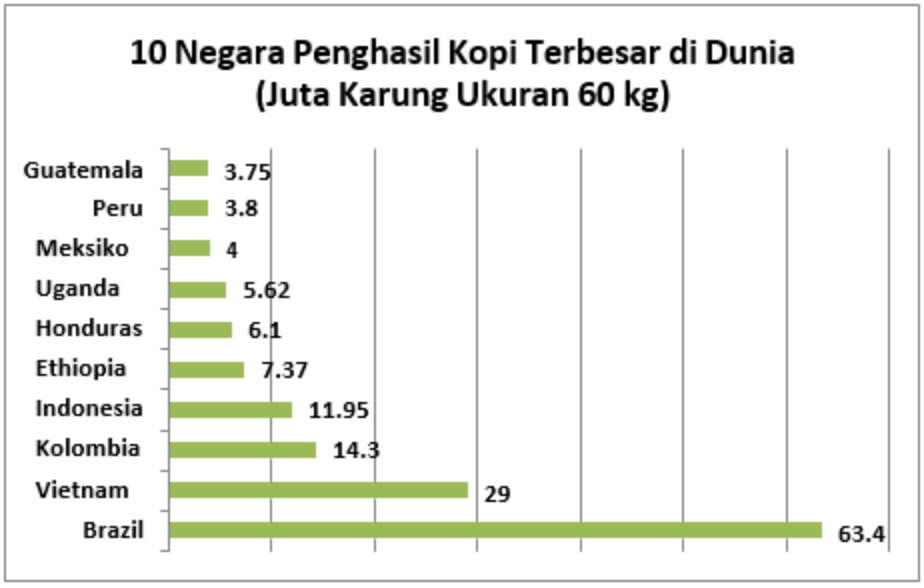
Keywords: Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas yang diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Berikut adalah data mengenai 10 negara penghasil kopi di dunia yang dipublikasikan oleh *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020.

Gambar 1.1

10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia



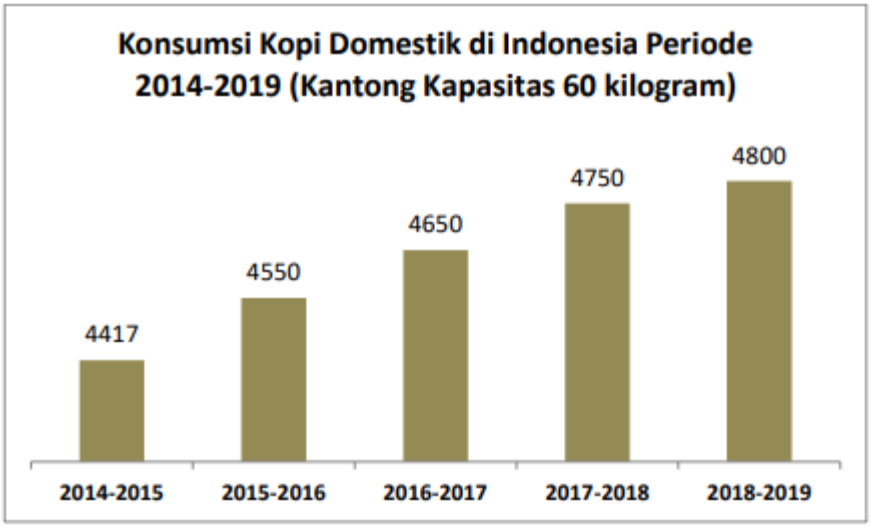
Sumber: *International Coffee Organization* (ICO), 2020

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2020, Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan nilai produksi sebesar 11,95 juta karung berukuran 60 kilogram, atau hanya berada 63.4 29 14.3 11.95 7.37 6.1 5.62 4 3.8 3.75 Brazil Vietnam Kolombia Indonesia Ethiopia Honduras Uganda Meksiko Peru Guatemala 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia (Juta Karung Ukuran 60 kg) 2 di bawah negara Brazil, Vietnam, dan Kolombia yang menempati posisi pertama, kedua, dan ketiga. Tingginya nilai produksi kopi di Indonesia tidak terlepas dari tingginya nilai konsumsi kopi di Indonesia yang

setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Berikut adalah data mengenai konsumsi kopi domestik di Indonesia pada tahun 2014-2019 yang dipublikasikan oleh *International Coffee Organization* (ICO) pada tahun 2020.

Gambar 1.2

Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Tahun 2014-2019



Sumber: *International Coffee Organization* (ICO), 2020

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan secara konsisten dari tahun 2014 hingga tahun 2019. Nilai konsumsi kopi di Indonesia pada periode tahun 2018-2019 adalah sebesar 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram atau meningkat sebesar 8,67% dari periode tahun 2014-2015 sebesar 4.417 kantong berkapasitas 60 kilogram.

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia disambut baik oleh para pelaku usaha kedai kopi (*coffee shop)* lokal maupun luar negeri. Menurut artikel yang dipublikasikan pada tanggal 28 Agustus 2021, beberapa merek yang berhasil menguasai pasar *coffee shop* di Indonesia antara lain

Janji Jiwa dengan total 800 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, Starbuck dengan total 440 gerai, Kopi Kulo dan Kopi Kenangan dengan total 300 gerai, serta Excelso dengan total 100 gerai.

Salah satu perusahaan yang turut meramaikan pasar *coffee shop* di Indonesia adalah PT. Maxx Coffee Prima atau yang dikenal dengan merek Maxx Coffee. Maxx Coffee adalah sebuah jaringan kedai kopi asli Indonesia. Berdiri sejak tahun 2015, Maxx Coffee bertekad untuk menyajikan kopi Arabika terbaik dari berbagai wilayah Indonesia dan mancanegara. Menurut berita yang dikutip dari Bisnis.com pada tanggal 22 Januari 2021, saat ini PT. Maxx Coffee Prima mengoperasikan 52 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya adalah gerai Maxx Coffee Sunter yang berlokasi di Jakarta Utara.

Ketatnya persaingan antar usaha coffee shop di Indonesia mendorong para pelaku usaha *coffee shop* berlomba-lomba untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanannya. Kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi atau harapannya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung membeli dan menggunakan kembali produk yang sama apabila terdapat kebutuhan yang sama di kemudian hari (Indrasari, 2019).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016), keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Perusahaan yang memberikan kualitas layanan yang baik akan mampu 4 menciptakan kepuasan pelanggan (Pantilu, Koleangan, and Roring 2018). Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas yang diberikan kepada pelanggan. Fasilitas menurut Tjiptono dalam Dewandi, Kasih, and Cholid (2020), adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas (Pantilu, Koleangan, and Roring 2018).

Maxx Coffee Sunter menghadapi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Berikut adalah rangkuman mengenai ulasan yang menyatakan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter:

1. Rest room atau toilet yang kotor dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Pelayanan yang tidak cepat tanggap karena adanya pegawai yang menunjukkan sikap yang tidak professional dalam bekerja.
3. Pelayanan dari barista yang dinilai kurang ramah.
4. Fasilitas free wifi yang tidak berfungsi dengan baik.
5. Lantai ruangan yang seringkali kotor dan tidak dibersihkan dengan baik.
6. Lampu yang dinilai kurang terang pada malam hari.
7. Kursi yang dinilai keras dan tidak nyaman untuk digunakan.

Fenomena-fenomena ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter mengindikasikan adanya 5 pengaruh dari kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantilu, Koleangan, and Roring (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan

Megamas Manado" dengan hasil yaitu kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian terdahulu yang mengaitkan kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Sakti and Mahfudz (2018) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Semarang" menyimpulkan hasil yang sama yakni kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitan dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Pemasaran

Pemasaran menurut *American Marketing Association* dalam Kotler and Keller (2016), adalah serangkaian aktivitas dan institusi beserta prosesnya untuk menciptakan, mengkomunikasikan, mengantar, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen, mitra, klien, dan masyarakat luas pada umumnya. Pengertian pemasaran lainnya dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2018), adalah proses dimana perusahaan melibatkan diri dengan pelanggan, membangun hubungan erat dengan pelanggan, dan menciptakan nilai pelanggan, untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Kualitas

Kualitas menurut Indrasari (2019), adalah totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikkan atau ditetapkan. Pengertian kualitas lainnya kemukakan oleh Garvin (1998) dalam Indrasari (2019), adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Layanan

Layanan menurut Kotler and Keller (2016), adalah sebuah kegiatan tidak berwujud yang ditawarkan oleh seseorang kepada pihak lain tanpa menghasilkan kepemilikan. Pengertian layanan lainnya dikemukakan oleh Mahmoedin (2010) dalam Kuspriyanti (2017), adalah sebuah atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:156) adalah keseluruhan fitur atau karakter layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen. Pengertian layanan menurut Lewis dan Booms 12 (1983) dalam Sakti and Mahfudz (2018) adalah pengukuran yang dilakukan oleh konsumen untuk mengukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan telah sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pengertian kualitas layanan lainnya dikemukakan oleh Tjiptono (2011) dalam Indrasari (2019), adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Fasilitas

Fasilitas menurut Tjiptono dalam Dewandi, Kasih, and Cholid (2020), adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Pengertian fasilitas menurut Youti (1997) dalam Susanti and Wahyuni (2017), adalah segala sesuatu baik barang maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang, maupun perusahaan industri. Pengertian fasilitas lainnya dikemukakan oleh Lupiyoadi (2008) dalam Sofyan, Pradhanawati, dan Nugraha, adalah penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Umar (2005) dalam Indrasari (2019), adalah tingkat perasaan seorang pelanggan setelah membandingkan kinerja aktual produk yang ia rasakan dengan harapannya sebelum membeli produk tersebut. Pengertian kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dan Diana (2019), adalah respon emosional terhadap 17 pengalaman yang dirasakan oleh seorang konsumen setelah melakukan pembelian produk atau jasa. Pengertian kepuasan pelanggan lainnya dikemukakan oleh Oliver dalam Indrasari (2019), adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilini harapan tidak cocok dan dilipatgandakan dengan perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian barang dan jasa tertentu

Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini antara lain :

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
2. Fasi;itas berpengeruh positif terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian meliputi variabel kualitas layanan (X1), fasilitas (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Maxx Coffee Sunter Jakarta Utara.

Disain Penelitian

Disain penelitian menurut Cooper dan Schlinder (2017:96), adalah rancangan dokumen yang disusun pada saat awal penelitian untuk melengkapi tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan penelitian yang akan digunakan dapat ditinjau dari berbagai perspektif antara lain:

1. **Berdasarkan Tingkat Rumusan Masalah**

   Penelitian ini berjenis penelitian formal karena berawal dari adanya hipotesis atau pertanyaan yang melibatkan sumber data spesifik untuk menguji hipotesis dan menjawab seluruh pertanyaan penelitian yang telah diajukan.

2. **Berdasarkan Metode Pengumpulan Data**

   Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisioner yang berisi daftar pernyataan mengenai indikator-indikator dari variabel kualitas layanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan yang akan diisi oleh responden untuk kemudian dikumpulkan dan diolah.

3. **Berdasarkan Pengendalian Variabel oleh Peneliti**

   Penelitian ini berjenis ex-post facto study karena peneliti tidak memiliki kendali atau memanipulasi variabel yang ada. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. **Berdasarkan Tujuan Penelitian**

   Penelitian ini memiliki tujuan untuk penelitian sebab akibat atau kausal. Adapula tujuan peneliti yaitu ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan fasilitas terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

5. **Berdasarkan Dimensi Waktu**

   Penelitian ini menggunakan sistem cross sectional study, atau hanya dilakukan satu kali mewakili satu periode waktu

6. **Berdasarkan Cakupan Topik, Lebar dan Dalamnya Studi**

   Penelitian ini menggunakan uji hipotesis penelitian kuantitatif atau studi statistik untuk membantu peneliti dalam menguji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis.

7. **Berdasarkan Lingkungan Penelitian**

   Penelitian ini termasuk dalam penelitian kondisi lapangan yang objek dan subjek penelitiannya berada dalam satu lingkungan yang nyata dan sesuai dengan kondisi lapangan.

8. **Berdasarkan Kesadaran Persepsi Partisipan**

   Penelitian ini bersifat mengikat pada jawaban dari subjek penelitian dengan tujuan agar peneliti dapat memahami hasil pengumpulan data dan menghindari persepsi negatif seperti penyimpangan di situasi sehari-hari terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik..yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Non probability sampling menurut Sugiyono (2019),

adalah teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi tidak mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi sampel. Purposive sampling menurut Sugiyono (2019) merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan berbagai pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian produk di Maxx Coffee Sunter Jakarta Utara.

Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono (2019), adalah atribut atau nilai dari manusia, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner yang akan diisi secara online oleh responden yang memenuhi kriteria melalui Google Form. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner ini bersifat tertutup menggunakan skala likert. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan 31 dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara

Uji Validitas

Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2019), adalah sebuah variabel akan dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat diterapkan untuk melakukan pengukuran terkait apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas menurut Ghozali (2019), menyatakan bahwa suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu.

Skala Likert

Skala likert menurut Sugiyono (2019:146), digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai sebuah fenomena sosial.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Ringkasan hasil dari penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Max Coffee Sunter di Jakarta Utara" adalah sebagai berikut:

- Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, berusia 17-24 tahun, dan bekerja sebagai pelajar/mahasiswa.
- Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan setiap butir pernyataan kuesioner valid dan reliable. 56
- Variabel kualitas layanan (X1) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,25 yang mengindikasikan responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan variabel kualitas layanan.
- Variabel fasilitas (X2) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,18 yang mengindikasikan responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan variabel fasilitas.
- Variabel kepuasan pelanggan (Y) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,03 yang mengindikasikan responden sangat setuju dengan pernyataan pernyataan variabel kepuasan pelanggan.
- Hasil uji signifikan parameter individual menunjukkan nilai t hitung dari variabel kualitas layanan (X1) sebesar 2,276 lebih besar daripada t tabel yaitu sebesar 1,977 artinya Ho ditolak atau dengan kata lain variabel kualitas layanan (X1) secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

- Hasil uji signifikan parameter individual menunjukkan nilai t hitung dari variabel fasilitas (X2) adalah sebesar 5,167 lebih besar daripada t tabel yaitu 1,977 artinya Ho ditolak atau dengan kata lain variabel fasilitas (X2) secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- Hasil uji koefisien determinasi (R2) menunjukkan nilai Adjusted R Square senilai 0,457 yang berarti bahwa variabel kualitas layanan dan fasilitas memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel keputusan kepuasan pelanggan sebesar 45,7%, sedangkan untuk sisanya yaitu 54,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, penting bagi Maxx Coffee Sunter untuk mengimplementasikan setiap dimensi dari kualitas layanan mulai dari pemberian layanan yang handal terhadap konsumen, penampilan fisik karyawan yang representatif, ketanggapan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik, serta perhatian yang diberikan oleh karyawan terhadap pelanggan.

Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, penting bagi Maxx Coffee Sunter untuk mengimplementasikan setiap dimensi dari fasilitas mulai dari dekorasi ruangan dengan warna yang menarik, tata letak ruang, kelengkapan perlengkapan dan peralatan, serta berbagai fasilitas tambahan yang diberikan kepada pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggannya.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara. Hal ini berarti semakin baik fasilitas yang diberikan oleh Maxx Coffee Sunter, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggannya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak Maxx Coffee Sunter antara lain:

1. Berdasarkan hasil kuesioner variabel kualitas layanan (X1), nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan "Karyawan Maxx Coffee Sunter memberikan perhatian kepada setiap pelanggan yang datang berkunjung" dengan nilai rata-rata sebesar 4,16. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap pihak Maxx Coffee Sunter adalah meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan kepekaan setiap karyawan dalam melayani pelanggan yang berkunjung ke Maxx Coffee Sunter, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. 60
2. Berdasarkan hasil kuesioner variabel fasilitas (X2), nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan "Maxx Coffee Sunter memiliki perlengkapan dan perlatan yang memadai". Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap pihak Maxx Coffee Sunter adalah pengadaan perlengkapan dan peralatan yang selama ini belum difasilitasi kepada pelanggan seperti tempat ibadah, sabun cuci tangan, dan tisu toilet sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Cooper, D.R. dan P.S Schindler (2017), Metode Penelitian Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali, Imam (2018), Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, Meithiana (2019), Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, Philipp dan Gary Amstrong (2018), Principle of Marketing, 17th Global Edition, New York: Pearson Education Limited.

Kotler, Philipp dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, 15th Edition, New York: Pearson Education Limited.

2. Jurnal

Dewandi, dkk (2018), 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Emilia Palembang' Jurnal Ekonomi STMIK GI MDP, Vol. 1, No. 1, pp. 1-8, diakses pada 18 Juni 2022.

Pantilu, dkk (2018), 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado' Jurnal EMBA, Vol. 6, No. 4, pp. 3723-3732, diakses pada 18 Juni 2022.

Mahfudz dan Brilyan Jaya Sakti (2018), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang), Jurusan Manajemen 62 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Vol. 7, No. 4, pp. 1- 8, diakses pada 18 Juni 2022.

Rikky (2020), Skripsi: Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam, Universitas Putera Batam. Sofyan dkk (2013), 'Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen

Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang' Jurnal Sosial dan Politik, Vol 1, No.1, pp. 1-12, diakses pada 31 Juli 2022.

Srijani, Ninik dan Achmad Sukma Hidayat (2017), 'Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center', Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, Vol 7, No. 1, pp. 31-38, diakses pada 18 Juni 2022.

Sugiyono (2019), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabetta. Susanti, dan Dewi Urip Wahyuni (2017), 'Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api', Jurnal Imu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 5, pp. 1-19, diakses pada 18 Juni 2022.

3. Website

International Coffee Organization (ICO), 2022, 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia, https://katadata.co.id/agung/berita/628e09c8406dd/10- negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-indonesia-salah-satunya, diakses pada 15 Juni 2022.

International Coffee Organization (ICO), 2020, Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir, 63 https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi□domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir, diakses pada 15 Juni 2022.

Pegipegi.com (2016), Maxx Coffee: Kedai Kopi Asli Indonesia, https://www.pegipegi.com/travel/maxx-coffee-kedai-kopi-asli-indonesia/, diakses pada 15 Juni 2022.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Patricia Daniela

N I M : 73180034 Tanggal Sidang : _____

Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Sunter di Jakarta Utara

Jakarta, 05 / 10 20 22

Mahasiswa/I

(Patricia Daniela)

Pembimbing

(Supriyanto S.A.B., M.Si)