
PENGARUH EFISIENSI PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA COFFEE ONE SEKUPANG

Oleh

M Iqbal Rafiki¹, Tito Pratama²

^{1,2} Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia

Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan

Riau, 082288913300/29425

Email: ¹*iqbal.rafiki9@gmail.com, ²Tito@btp.ac.id

Article History:

Received: 03-10-2024

Revised: 19-10-2024

Accepted: 07-11-2024

Keywords:

Coffee Shop, Efisiensi
Pelayanan, Kepuasan
Pelanggan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop One Sekupang. Efisiensi pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Coffee Shop One Sekupang. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel efisiensi pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan efisiensi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee One Sekupang. Nilai koefisien regresi sebesar 0.474 menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi pelayanan akan berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kecepatan dan ketepatan pelayanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *Coffee Shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi dan popularitas gaya hidup minum kopi di kalangan generasi muda. Indonesia merupakan konsumen kopi terbesar kelima di dunia, dengan produksi mencapai 786.190 ton pada 2021. Jumlah kedai kopi terus meningkat, hingga mencapai 10.000 gerai pada 2023. Meningkatnya konsumsi kopi membuka peluang usaha, namun persaingan ketat menuntut pelaku bisnis fokus pada kepuasan konsumen untuk mempertahankan pelanggan dan menghindari penurunan omzet.

Perkembangan ini menghadirkan tantangan baru bagi pelaku usaha. Persaingan tidak hanya berfokus pada kualitas produk semata, tetapi juga mencakup aspek layanan, suasana, dan inovasi dalam menghadirkan pengalaman yang unik bagi konsumen. *Coffee Shop* tidak lagi sekadar tempat menikmati minuman, melainkan ruang sosial dan produktif, terutama bagi generasi milenial dan Gen Z. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan dalam

ekosistem yang kompetitif memerlukan strategi pelayanan yang efektif dan efisien. Efisiensi pelayanan berperan penting karena konsumen saat ini semakin menghargai kecepatan dan kenyamanan, baik dalam proses pemesanan maupun penyajian.

Coffee One Sekupang merupakan *Coffee Shop* yang terletak di lokasi strategis, yakni pelabuhan Sekupang, Batam. Keberadaan Coffee One di kawasan pelabuhan juga memberikan keuntungan kompetitif. Pelabuhan Sekupang merupakan salah satu gerbang utama transportasi *ferry* dari dan menuju Singapura dan beberapa pulau di sekitar Kepulauan Riau. Dengan lokasi yang strategis, Coffee One menjadi pilihan ideal bagi penumpang *ferry* dan wisatawan yang ingin bersantai atau menunggu jadwal keberangkatan. Coffee One Sekupang juga lebih ramai dikunjungi pada akhir pekan, seiring dengan meningkatnya jumlah penumpang dan wisatawan. Selain itu, keberadaan layar monitor di dalam Coffee One yang menampilkan jadwal keberangkatan *ferry* membantu pelanggan merencanakan perjalanan dengan lebih efisien, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka.



Gambar 1. Pengunjung Coffee One Sekupang

Jumlah pengunjung bulanan Coffee One Sekupang tidak selalu stabil setiap bulannya melainkan terdapat peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung. Tabel 1 menunjukkan jumlah pengunjung Coffee One Sekupang dari Juli hingga September 2024, berdasarkan data pengunjung yang di olah dari Coffee One Sekupang.

Tabel 1. Jumlah pengunjung Coffee One Sekupang periode Juli-September 2024

Bulan (2024)	Total pengunjung (orang)
Juli	2.700
Agustus	2.655
September	2.770

Sumber: Data pengunjung yang di olah dari Coffee One Sekupang

Meskipun memiliki keunggulan lokasi strategis di pelabuhan, kedekatan dengan konsumen yang mobilitasnya tinggi memerlukan strategi layanan yang berbeda. Mobilitas ini mengakibatkan perubahan pola kunjungan pelanggan yang lebih dinamis, di mana mayoritas pengunjung hanya singgah dalam waktu singkat. Oleh karena itu, pengalaman layanan yang cepat, tepat, nyaman, dan efisien menjadi kunci utama dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Selain itu, tingginya jumlah kunjungan pada akhir pekan dan hari libur menuntut pengelolaan operasional yang optimal agar dapat mengantisipasi lonjakan pengunjung. Masalah seperti antrean panjang, keterlambatan penyajian, dan kurangnya kenyamanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengurangi potensi kunjungan ulang.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi sejauh mana kualitas layanan dan strategi yang diterapkan Coffee One Sekupang dapat memenuhi ekspektasi konsumen.

Efisiensi pelayanan menjadi faktor kritis dalam bisnis *coffee shop* untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang menginginkan proses cepat dan tanpa hambatan. Kecepatan penyajian, kesesuaian pesanan, kemampuan staf menangani komplain, dan kenyamanan fasilitas yang mendukung pelayanan menjadi indikator yang harus dipenuhi guna mencapai efisiensi pelayanan [3]. Efisiensi pelayanan mengacu pada perbandingan optimal antara *input* dan *output* dalam suatu pelayanan. Pelayanan yang efisien berarti memberikan layanan yang cepat dan memuaskan, dengan biaya serta waktu yang terjangkau bagi masyarakat.

Efisiensi dalam *coffee shop* tidak hanya mencakup kecepatan penyajian, tetapi juga melibatkan manajemen persediaan, pelatihan *staff*, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya standar operasional yang baik, Coffee One dapat memastikan bahwa setiap pesanan disajikan dengan konsisten dalam waktu yang relatif singkat. Di Coffee One Sekupang, efisiensi pelayanan difokuskan pada kecepatan penyajian pesanan dan kemudahan transaksi untuk menyesuaikan dengan jadwal keberangkatan kapal. Sistem kasir digital mempercepat proses pembayaran, sehingga pelanggan dapat menyelesaikan transaksi tanpa antrian lama. Selain itu, prosedur penyajian pesanan telah dioptimalkan agar minuman dan makanan dapat disajikan dengan cepat, memungkinkan pelanggan menerima pesanan mereka segera tanpa perlu menunggu lama sebelum melanjutkan perjalanan.

Pelayanan yang efisien berperan langsung dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa indikator yang harus dipenuhi untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah kepuasan keseluruhan terhadap pelayanan, kenyamanan atmosfer, dan keinginan untuk kembali berkunjung. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan cepat dan berkualitas cenderung menjadi pelanggan tetap, serta merekomendasikan *coffee shop* kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan tidak hanya berujung pada kunjungan yang berulang, tetapi juga menciptakan loyalitas yang lebih kuat. Pelanggan yang loyal cenderung menunjukkan dukungan mereka melalui ulasan positif, baik di media sosial maupun platform penilaian restoran. Coffee One Sekupang, yang telah mendapat penilaian positif di berbagai platform seperti Restaurantguru.com menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan mereka diakui oleh pelanggan. Hal ini memberikan daya tarik tambahan bagi konsumen baru yang mencari *coffee shop* dengan layanan berkualitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Coffee One Sekupang. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai pentingnya efisiensi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen dan keberlanjutan bisnis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan strategi bisnis Coffee One Sekupang maupun *Coffee Shop* lainnya dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha di industri yang dinamis ini.

LANDASAN TEORI

1. Efisiensi Pelayanan

Efisiensi pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk memberikan layanan dengan menggunakan sumber daya seminimal mungkin namun tetap menghasilkan *output* yang optimal. Efisiensi pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan secara optimal dengan meminimalkan penggunaan sumber daya seperti waktu, tenaga, dan biaya, tanpa mengurangi kualitas hasil yang dicapai. Efisiensi diukur berdasarkan perbandingan antara *input* (misalnya jumlah karyawan) dan *output* (jumlah pelanggan atau layanan yang diberikan), di mana tujuan utamanya adalah memastikan bahwa sumber daya terbatas digunakan secara tepat untuk mencapai hasil maksimal. Dengan indikator yang harus dipenuhi guna mencapai efisiensi pelayanan seperti; Kecepatan penyajian, kesesuaian pesanan, kemampuan staf menangani komplain, dan kenyamanan fasilitas yang mendukung pelayanan. Pada bisnis retail dan jasa seperti *coffee shop*, efisiensi pelayanan sering dikaitkan dengan kecepatan pelayanan, ketersediaan produk, serta minimnya kesalahan dalam penyajian atau transaksi. Pelayanan yang efisien memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung menginginkan proses yang cepat, mudah, dan bebas hambatan.

Efisiensi pelayanan berkaitan erat dengan pengelolaan sumber daya manusia, teknologi, serta sistem manajemen. Pemanfaatan teknologi seperti sistem pemesanan online, aplikasi kasir, dan perangkat lunak manajemen stok dapat meningkatkan efisiensi dengan mengurangi waktu pemrosesan pesanan serta memperkecil kemungkinan kesalahan. Oleh karena itu, dalam industri kopi yang kompetitif, efisiensi pelayanan menjadi salah satu elemen yang dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi dari pengalaman konsumen terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk, layanan, dan harga yang mereka terima. Kepuasan tercapai ketika kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi dengan baik atau bahkan terlampaui. Indikator Kepuasan pelanggan adalah kepuasan keseluruhan terhadap pelayanan, kenyamanan atmosfer, dan keinginan untuk kembali berkunjung.

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan jumlah kunjungan berulang, serta menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang bisnis. Oleh karena itu, menciptakan pelayanan yang efisien sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee One Sekupang. penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian [10]. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur hubungan antara variabel dengan data yang dapat dianalisis secara statistik.

1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan model kausal, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan menggunakan survei dengan kuesioner sebagai instrumen utama.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Coffee One Sekupang pada 3 bulan terakhir yaitu sebanyak 8125 orang. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* merupakan metode pemilihan sampel dari peserta yang paling mudah dijangkau [11]. Contohnya, responden diambil dari orang-orang yang kebetulan tersedia di lokasi atau waktu tertentu, yaitu pelanggan yang kebetulan sedang berkunjung ke Coffee One Sekupang. Teknik ini dipilih karena kemudahan akses serta efisiensinya dalam waktu dan biaya.

Jumlah sampel yang diambil ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat presisi 10%. Penentuan sampel dapat dihitung dengan persamaan berikut [12].

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Dengan n adalah ukuran sampel, N adalah ukuran populasi, dan e adalah nilai kritis atau taraf *error*.

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Slovin maka dapat diketahui jumlah sampel sebagai berikut bila taraf *error* yang digunakan adalah 10%.

$$n = \frac{8125}{1+8125(10^2)}$$

$$n = 98,78$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin, dibutuhkan sebanyak 98,78 sampel yang dikenakan menjadi 100 sampel. Karena telah diperhitungkan menggunakan rumus slovin maka jumlah sampel tersebut dianggap cukup untuk mendapatkan wawasan mengenai kepuasan pelanggan.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, di mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju. Tabel di bawah ini menampilkan informasi lebih rinci mengenai skala likert

Tabel 2. Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Indikator variabel yang menjadi acuan pertanyaan pada kuesioner dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Efisiensi Pelayanan (X)	Kecepatan Penyajian

	Kesesuaian Pesanan Kemampuan <i>Staff</i> Menangani Komplain Kenyamanan Fasilitas yang Mendukung Pelayanan (Kotler dalam Surbakti)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Keseluruhan terhadap Pelayanan Kenyamanan Atmosfer Keinginan untuk Kembali Berkunjung (Ibrahim dan Thawil) Click or tap here to enter text.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui empat metode yaitu observasi, wawancara, kuesioner (angket), dan dokumentasi.

- Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti berdasarkan fenomena yang terjadi.
- wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan langsung kepada narasumber
- Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk mengetahui jawabannya. Penulis melakukan survei langsung yang disebarkan kepada pelanggan Coffee One Sekupang. Kuesioner diberikan secara *offline* dan *online* kepada pelanggan yang setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
- Dokumentasi merupakan data yang akurat dapat berupa arsip dokumen, gambar, dan sumber lain yang dapat mendukung proses penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam teknik analisis data, yaitu (i) Uji Validitas dan Uji Realibilitas, (ii) Uji Normalitas, (iii) Uji Linieritas Regresi, (iv) Uji Analisis Regresi Sederhana, (v) Uji statistik t.

i) Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas dan Reabilitas kuesioner dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan instrumen yang digunakan akurat dan konsisten dalam mengukur variabel. Uji validitas dihitung dengan menggunakan persamaan korelasi pearson sebagai berikut [13]:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}} \sqrt{\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad (1)$$

Keterangan:

- r hitung : koefisien korelasi
- $\sum x$: jumlah skor butir
- $\sum y$: jumlah skor total
- N : jumlah sampel

Hasil Uji validitas ditentukan berdasarkan nilai p -value. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $p < 0,05$ maka korelasi signifikan dan butir dianggap valid

- Jika $p > 0,05$ maka butir pertanyaan tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen menghasilkan pengukuran yang konsisten ketika dilakukan berulang kali. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yang dapat dihitung menggunakan persamaan berikut [14]:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : koefisien reliabilitas alpha
 k : jumlah item pertanyaan
 $\sum \sigma^2 b$: jumlah varian butir
 $\sigma^2 t$: varians total.

Menurut Anggraini dkk pengambilan keputusan untuk hasil uji reabilitas berdasarkan ketentuan berikut:

- Uji reliabilitas dinyatakan reliabel apabila Cronbach's alpha $> 0,6$
- Uji reliabilitas dinyatakan tidak reliabel apabila Cronbach's alpha $< 0,6$ [15]

ii) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen memenuhi distribusi normal atau tidak, berdasarkan data yang diperoleh dari survei yang diberikan kepada responden. Pengujian statistik dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (p -value), seperti ketentuan berikut:

- Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima atau dengan kata lain data berdistribusi normal
- Jika $p < 0,05$ maka H_1 ditolak atau dengan kata lain data tidak berdistribusi normal [16].

iii) Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sifat yang berhubungan linier dari kedua variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan dengan variabel terikat [17].

Dasar pengambila keputusan hasil uji linearitas pada penelitian ini ditentukan dengan membandingkan nilai signifikansi (sig.) dengan 0,05.

- Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ menandakan hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent
- Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $< 0,05$, menandakan bahwa tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara dua variabel.

iv) Analisis Regresi Linier

Selanjutnya, analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji pengaruh efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. persamaan regresi linier sederhana dirumuskan sebagai berikut [18]:

$$Y = a + bX \quad (3)$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta regresi sederhana

b = Koefisien regresi

X = Efisiensi pelayanan

6. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji statistik t-test untuk menguji apakah pengaruh efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan atau tidak. Hipotesis yang diuji adalah:

- H_0 (hipotesis nol): Tidak ada pengaruh signifikan efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- H_a (hipotesis alternatif): Ada pengaruh signifikan efisiensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Jika hasil analisis menunjukkan nilai p -value < 0.05 , maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya efisiensi pelayanan memang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Berdasarkan perhitungan validitas menggunakan bantuan software SPSS ver 25, terdapat 7 butir pertanyaan kuesioner untuk variabel X (Efisiensi Pelayanan) dan 6 butir pertanyaan kuesioner untuk variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Masing-masing hasil uji validitas kedua variabel tersebut disajikan pada tabel 4 dan 5.

Hasil uji validitas variabel efisiensi pelayanan menunjukkan korelasi positif dengan tingkat korelasi moderat hingga kuat untuk ketujuh item pertanyaan serta nilai p -value yang dibawah 0.05. Hasil ini membuktikan bahwa ketujuh pertanyaan untuk variabel efisiensi pelayanan dinyatakan valid.

Berikutnya, hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasil korelasi yang serupa yaitu berkorelasi positif dengan tingkat moderat hingga kuat, dan nilai p -value yang menunjukkan signifikansi di bawah 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa keenam item pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid

Tabel 4. Uji validitas variabel Efisiensi Pelayanan (X)

No. Soal	Koefisien Korelasi	p -value	Keterangan
Item 1	0,772	0,00	Valid
Item 2	0,733	0,00	Valid
Item 3	0,652	0,00	Valid
Item 4	0,705	0,00	Valid
Item 5	0,751	0,00	Valid
Item 6	0,729	0,00	Valid
Item 7	0,728	0,00	Valid

Tabel 5. Uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

No. Soal	Koefisien Korelasi	p-value	Keterangan
Item 1	0,790	0,00	Valid
Item 2	0,680	0,00	Valid
Item 3	0,700	0,00	Valid
Item 4	0,711	0,00	Valid
Item 5	0,700	0,00	Valid
Item 6	0,607	0,00	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X dan Y yang disajikan pada tabel 4 dan tabel 5 menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien korelasi positif dan nilai $p < 0,05$, artinya setiap item memiliki korelasi signifikan dengan skor total. Oleh karena itu, semua item valid dan layak digunakan dalam instrumen penelitian.

b. Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas untuk variabel X (Efisiensi Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan nilai yang memuaskan. Seperti yang diketahui bahwa hasil uji reabilitas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan peneliti terhadap data yang diperoleh. Hasil uji reabilitas untuk variabel X dan Y pada penelitian ini disajikan pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Ket
Variabel X	7	0,848	Reliabel
Variabel Y	6	0,791	Reliabel

Hasil uji reliabilitas untuk variabel X memperoleh nilai 0,848, dan untuk variabel Y memperoleh nilai 0,791. Dengan nilai 0,848 pada variabel efisiensi pelayanan (X), dapat disimpulkan bahwa instrumen ini sangat dapat diandalkan dalam mengukur aspek efisiensi dalam pelayanan. Sementara itu, nilai 0,791 untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa instrumen ini cukup handal dalam mengukur kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa data yang diperoleh dari kedua variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut, seperti analisis regresi atau analisis korelasi, untuk mengeksplorasi hubungan antara efisiensi pelayanan dan kepuasan pelanggan secara lebih mendalam.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah sampel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Hasil dari uji normalitas ini akan menentukan pemilihan metode uji statistik yang tepat [14]. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden maka metode yang digunakan untuk mengolah data uji normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Tabel 7 merupakan hasil dari uji normalitas untuk penelitian ini dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual*

N		100
Normal Parameters^{a,b}	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,94850932
Most Extreme Differences	<i>Absolute</i>	0,060
	<i>Positive</i>	0,051
	<i>Negative</i>	-0,060
Test Statistic		0,60
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi yang didapat dari hasil uji normalitas adalah 0,200 hasil ini lebih besar dari 0,05, sehingga kedua variabel yang diuji berdistribusi normal.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui tingkat linearitas dari variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Tabel 8 merupakan hasil uji linearitas dari variabel Efisiensi Pelayanan (X) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 8 . Hasil Uji Linearitas Efisiensi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

		df	F	Sig.
<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	18	5,552	0,000
	<i>Linearity</i>	1	71,182	0,000
	<i>Deviation from Linearity</i>	17	1,691	0,061
<i>Within Groups</i>		81		
<i>Total</i>		99		

Berdasarkan hasil uji linearitas didapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,061 untuk Efisiensi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang menandakan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent. Sehingga penggunaan analisis regresi linear sederhana dapat digunakan.

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Efisiensi Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis regresi linear sederhana disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Variabel	Koefisien	Uji t	Sig.
Konstanta	10,820	6,428	0,00
Efisiensi Pelayanan	0,474	7,973	0,00

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = 10,820 + 0,474X$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa jika Efisiensi Pelayanan dianggap tidak ada ($X = 0$) maka nilai Kepuasan Pelanggan diprediksi sebesar 10.820. Koefisien regresi sebesar 0.474 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada Efisiensi Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.474 unit, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

f. Uji Statistik T

Dilakukan uji t untuk menguji signifikansi koefisien variabel Efisiensi Pelayanan yang hasil perhitungannya disajikan pada tabel 9. Hipotesis yang diuji adalah apakah Efisiensi Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji t menunjukkan nilai t sebesar 7.973 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.00. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa Efisiensi Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ditolak. Artinya, ada pengaruh yang signifikan antara Efisiensi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada tingkat kepercayaan 95%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Efisiensi Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Peningkatan efisiensi dalam pelayanan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Efisiensi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.474. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan efisiensi pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Efisiensi pelayanan di Coffee One Sekupang, dengan waktu pelayanan rata-rata 5 hingga 15 menit, sesuai dengan kebutuhan konsumen yang memiliki waktu terbatas. Hal ini selaras dengan penelitian Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Bayhaqi yang menyatakan bahwa kecepatan dan ketepatan pelayanan berperan penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan [19].

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heskett dalam Vironika dan Pradana menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan yang baik berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan [20]. Di Coffee One Sekupang, kepuasan pelanggan tercermin dari ulasan positif yang diberikan di platform seperti 'Restaurantguru.com', yang menunjukkan bahwa efisiensi pelayanan diakui sebagai keunggulan tersendiri dalam memenuhi ekspektasi pelanggan.

Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa efisiensi pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri *Coffee shop* yang kompetitif. Efisiensi pelayanan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi menciptakan loyalitas, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keberlanjutan bisnis. Penerapan efisiensi pelayanan sebagai strategi utama memungkinkan

Coffee One Sekupang mempertahankan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen, terutama di tengah persaingan ketat dalam industri *Coffee shop* di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa efisiensi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee One Sekupang. Nilai koefisien regresi sebesar 0.474 menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi pelayanan akan berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kecepatan dan ketepatan pelayanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Efisiensi pelayanan, yang didukung oleh penggunaan teknologi dan pelaksanaan standar operasional yang baik, terbukti berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan menjaga keberlanjutan bisnis di tengah persaingan ketat industri *Coffee shop*.

SARAN

Mengingat persaingan yang ketat di industri *Coffee shop*, Coffee One Sekupang disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam aspek pelayanan, baik dalam bentuk fitur-fitur tambahan yang memudahkan pelanggan, maupun promosi yang menarik. Inovasi tersebut dapat memberikan nilai tambah yang membedakan Coffee One Sekupang dari kompetitor lainnya, sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Febrianti, K. C., dkk., 2024, "Perbandingan Ekspor Kopi Indonesia pada Tahun 2021 dan 2022," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, No.3, Vol. 2, hlm. 374–384. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jekws/article/download/1422/1140/7975>.
- [2] Fadilah, N. Z., & Supendi, M., 2024, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh," *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, No. 1, Vol. 8, hlm. 37–50. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpeka/article/download/25815/11025/100737>
- [3] Surbakti, A., 2022, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi," *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi*, No. 2, Vol. 2, hlm. 215–220. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/1301/1121/2967>
- [4] Monoarfa, H., 2012, "Efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan pelayanan publik: Suatu tinjauan kinerja lembaga pemerintahan," *Jurnal Pelangi Ilmu*, No. 1, Vol. 5. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JPI/article/view/891>
- [5] Ibrahim, M., & Thawil, S. M., 2019, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, No. 1, Vol. 4, hlm. 175–182.
- [6] Hasan, M., 2022, "Analisis Efisiensi dan Efektivitas Kinerja Pelayanan Pada Perusahaan Air Minum (PDAM) Tirta Agara Kutacane," *Jurnal Visioner & Strategis*, No. 1, Vol. 11.

- Analisis Efisiensi dan Efektivitas Kinerja Pelayanan Pada Perusahaan Air Minum (PDAM) Tirta Agara Kutacane
- [7] Lovelock, C. H., & Wirtz, J., 2004, "Services marketing: People, technology, strategy".
- [8] Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B., 2022, "Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, No. 2, Vol. 3, hlm. 1079–1089. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1346>
- [9] P. Kurniawan Ho and D. S. Sugiharto, 2017, "Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya," *Jurnal Strategi Pemasaran*, No. 2, Vol. 4, hlm. 11. <https://www.neliti.com/id/publications/133580/analisa-pengaruh-service-quality-terhadap-customer-loyalty-dengan-customer-satis>
- [10] D. S. Charismana, H. Retnawati, and H. N. S. Dhewantoro, 2022 "Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta," *Bhineka Tunggal Ika Kaji. Teor. dan Prakt. Pendidik. Pkn*, vol. 9, no. 2, pp. 99–113, doi: 10.36706/jbti.v9i2.18333.
- [11] Firmansyah, D., & Dede, 2022, "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, No. 2, Vol. 1, hlm. 85–114, doi: 10.55927. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph/article/view/937>
- [12] Putri, B. S., & Kartika, L., 2017, "Pengaruh kualitas pelayanan BPJS Kesehatan terhadap kepuasan pengguna perspektif dokter rumah sakit Hermina Bogor," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, No. 1, Vol. 2, hlm. 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/259319/pengaruh-kualitas-pelayanan-bpjs-kesehatan-terhadap-kepuasan-pengguna-perspektif>
- [13] Prambudi, J., & Imantoro, J., 2021, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur," *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, No. 3, Vol. 1, hlm. 687–704. <https://eprints.ummetro.ac.id/725/>
- [14] Panjaitan, F., Purnamasari, S. D., & Buana, C., 2022, "Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Keuangan Desa Menggunakan Webqual 4.0," *Journal of Information Technology Ampera*, No. 1, Vol. 3, hlm. 15–25. <https://journal-computing.org/index.php/journal-ita/article/download/166/98>
- [15] Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A., 2022, "Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas," *Jurnal Basicedu*, No. 4, Vol. 6, hlm. 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/3206>
- [16] Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A., 2019, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda," *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, No. 1, Vol. 1, hlm. 103–116. https://www.researchgate.net/publication/339905600_PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_DAN_KUALITAS_PRODUK_TERHADAP_KEPUASAN_KONSUMEN_DENGAN_MENGGUNAKAN_METODE_ANALISIS_REGRESI_LINEAR_BERGANDA

-
- [17] Dewi, A. C., 2016, "Pengaruh Pengalaman Kerja, Kompetensi, Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, No. 8, Vol. 4. <https://journal.student.uny.ac.id/profita/article/view/5999/0>
- [18] Feriyansyah, A., & Venanza, S., 2021, "Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di kota Pagar Alam," *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, No. 1, Vol. 3, hlm. 44–53. <https://aktiva.nusaputra.ac.id/article/view/130>
- [19] Bayhaqi, Y., 2006, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (Studi Kasus: Pada Auto Bridal Semarang)", Doctoral Dissertasion, Universitas Diponegoro. http://eprints.undip.ac.id/15973/1/Yuzza_Baihaqi.pdf
- [20] Vironika, V., & Pradana, M. N. R., 2020, "Pengaruh internal branding pada customer based brand equity dengan mediasi loyalitas organisasi," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, No. 1, Vol. 8, hlm. 29–38. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/1803AKUNTANSI>, *Ekon. dan Manaj. BISNIS*, vol. 8, no. 1, pp. 29–38, 2020, doi: 10.30871/jaemb.v8i1.1803.