

## **Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan di 2 HOS Coffee**

### ***Analysis of Customer Satisfaction toward Service Quality and Comfort at 2 HOS Coffee***

**Muftizar Farabi Ramadhan<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Akuntansi/Departemen Ekonomi & Bisnis, Universitas Internasional Semen Indonesia

Diajukan 2 Februari 2026 / Disetujui - - -

#### **Abstrak**

Persaingan industri *coffee shop* yang semakin meningkat mendorong pelaku usaha untuk memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan sebagai faktor utama keberlanjutan usaha. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai aspek, di antaranya kualitas pelayanan dan kenyamanan yang dirasakan selama berada di *coffee shop*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan di 2 HOS Coffee. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden pelanggan. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert 1–10. Analisis data dilakukan menggunakan statistika deskriptif yang meliputi nilai mean, median, modus, nilai minimum, maksimum, dan standar deviasi untuk menggambarkan persepsi pelanggan. Selain itu, dilakukan uji t satu sampel untuk mengetahui apakah tingkat kepuasan pelanggan berada di atas standar yang telah ditetapkan oleh manajemen. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan berada pada kategori tinggi. Nilai median dan modus yang relatif tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif. Hasil uji t satu sampel menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan secara statistik lebih tinggi dibandingkan standar yang ditetapkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelanggan 2 HOS Coffee merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan yang diberikan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola serta referensi bagi penelitian selanjutnya.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan, *Coffe Shop*

#### **Abstract**

*The increasing competition in the coffee shop industry encourages business owners to pay close attention to customer satisfaction as a key factor for business sustainability. Customer satisfaction is influenced by several aspects, including service quality and comfort experienced by customers during their visit. This study aims to analyze customer satisfaction toward service quality and comfort at 2 HOS Coffee. A quantitative approach was employed using primary data collected through questionnaires distributed to 99 customers. The research instrument used a 1–10 Likert scale. Data analysis was conducted using descriptive statistics, including mean, median, mode, minimum, maximum, and standard deviation to describe customer perceptions. In addition, a one-sample t-test was performed to examine whether customer satisfaction exceeded the standard set by management. The descriptive results show that the average customer assessment of service quality and comfort falls into the high category. The relatively high median and mode values indicate that most respondents provided positive evaluations. The one-sample t-test results reveal a significance value below 0.05, indicating that customer satisfaction is statistically higher than the predetermined standard. This study concludes that customers of 2 HOS Coffee are satisfied with the service quality and comfort provided. The findings are expected to support managerial evaluation and future research.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Service Quality, Comfort, Coffee Shop

## Pendahuluan

Perkembangan industri coffee shop di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Coffee shop tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial, tempat bekerja, dan sarana interaksi. Kondisi ini mendorong meningkatnya jumlah pelaku usaha coffee shop di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Gresik, sehingga persaingan antar usaha menjadi semakin ketat. Dalam situasi tersebut, kualitas pelayanan dan kenyamanan menjadi faktor kunci bagi pelaku usaha untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha jasa. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi, melakukan pembelian ulang, serta memberikan rekomendasi positif kepada pihak lain. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada menurunnya citra usaha dan berkurangnya jumlah pelanggan. Oleh karena itu, pengukuran kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara sistematis dan objektif agar dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial yang tepat (Mulia, 2021).

Dalam hal industri *coffee shop*, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai aspek, tidak hanya kualitas produk minuman, tetapi juga kualitas pelayanan, suasana tempat, serta kenyamanan fasilitas yang disediakan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan coffee shop di Indonesia. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan (Safina, Astuti, & Safitri, 2024). Selain itu, penelitian internasional juga membuktikan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada coffee shop modern (Ge, Yuan, Wang, & Park, 2021). C2 HOS Coffee sebagai salah satu coffee shop yang beroperasi di Kabupaten Gresik turut menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan dan kenyamanan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Meskipun telah melayani pelanggan secara rutin, tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan kenyamanan yang diberikan belum dianalisis secara kuantitatif dan terukur. Evaluasi yang bersifat subjektif tanpa dukungan data statistik berpotensi menghasilkan kesimpulan yang kurang akurat dan tidak optimal sebagai dasar pengambilan keputusan.

Pendekatan statistika bisnis dapat digunakan sebagai alat analisis yang objektif dalam mengukur dan mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan. Statistika deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan karakteristik data kepuasan pelanggan melalui ukuran pemusatan seperti mean, median, dan modus, serta ukuran penyebaran data. Selanjutnya, pengujian hipotesis statistik menggunakan uji t satu sampel diperlukan untuk mengetahui apakah tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh secara empiris memiliki makna statistik yang signifikan dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan manajemen (Zaki & Saiman, 2021). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan di 2 HOS Coffee Kabupaten Gresik menggunakan pendekatan statistika deskriptif dan uji t satu sampel. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kepuasan pelanggan serta menjadi bahan evaluasi yang bermanfaat bagi pengelola usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan di masa mendatang.

---

\*Korespondensi Penulis:  
E-mail: [muftizar.ramadhan25@student.uisi.ac.id](mailto:muftizar.ramadhan25@student.uisi.ac.id)

## Metode Penelitian

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dengan sumber data berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan 2 HOS Coffee Kabupaten Gresik, Jawa Timur, yang memberikan penilaian terhadap tingkat kepuasan pelayanan melalui pengisian kuesioner. Bentuk data yang dikumpulkan berupa data angka, yaitu hasil penilaian kepuasan pelanggan menggunakan skala numerik 1–10. Pemilihan data kuantitatif dan data primer dilakukan karena data tersebut mampu memberikan gambaran yang objektif, terukur, dan relevan untuk dianalisis menggunakan metode statistika deskriptif, distribusi probabilitas, serta pengujian hipotesis statistik (uji t). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah 2 HOS Coffee Kabupaten Gresik, yang dipilih karena merupakan usaha di bidang jasa makanan dan minuman yang memerlukan evaluasi kepuasan pelanggan sebagai bahan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang dipilih karena mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif dan sistematis. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup, di mana setiap pertanyaan telah disertai dengan pilihan jawaban berupa skala penilaian numerik sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai dengan persepsi dan pengalaman mereka. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung (offline) kepada pelanggan 2 HOS Coffee yang sedang atau telah menerima pelayanan di lokasi penelitian, dengan tujuan agar responden dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman nyata yang baru saja dirasakan. Pengambilan data dilakukan pada periode penelitian tertentu, yaitu pada jam operasional kafe yang berjalan normal, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi pelayanan yang sebenarnya dan tidak dipengaruhi oleh situasi khusus tertentu dengan target 100 responden. Teknik kuesioner dipilih karena dinilai efektif dalam menjangkau jumlah responden yang relatif banyak dalam waktu singkat, memudahkan proses pengolahan data secara statistik, serta mampu menghasilkan data yang objektif dan terukur untuk dianalisis menggunakan statistika deskriptif, distribusi probabilitas, dan pengujian hipotesis statistik.

### Variabel dan Skala Pengukuran

#### A. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian subjektif pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan pengalaman yang diterima setelah berkunjung ke 2 HOS Coffee. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal, karena fokus penelitian hanya mengukur satu variabel utama, yaitu tingkat kepuasan pelanggan, tanpa membandingkan dengan 8 variabel lain. Dalam analisis statistik, kepuasan pelanggan diperlakukan sebagai variabel dependen, karena nilainya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

#### B. Indikator Variabel

Untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan, digunakan beberapa indikator yang relevan dengan karakteristik bisnis coffee shop. Indikator-indikator tersebut meliputi:

1. Karakteristik responden, yaitu usia dan status responden.
2. Pola kunjungan pelanggan, meliputi area 2 HOS Coffee yang paling sering dikunjungi, frekuensi kunjungan per bulan, serta rata-rata pengeluaran setiap kali berkunjung.
3. Sumber informasi pelanggan, yaitu cara responden mengetahui keberadaan 2 HOS Coffee.
4. Variabel kepuasan pelanggan, yang mencakup penilaian terhadap pelayanan barista, kenyamanan suasana tempat duduk, rasa minuman, dan kemungkinan merekomendasikan 2 HOS Coffee kepada orang lain.

Indikator-indikator tersebut dipilih karena dianggap mampu merepresentasikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh terhadap pelayanan di 2 HOS Coffee.

### C. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 10. Untuk memudahkan interpretasi hasil analisis, nilai skala tersebut diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori tingkat kepuasan sebagai berikut: nilai 1–3 dikategorikan sebagai sangat rendah, nilai 4–6 sebagai rendah, nilai 7–8 sebagai tinggi, dan nilai 9–10 sebagai sangat tinggi. Pengelompokan kategori ini digunakan sebagai dasar dalam analisis statistika deskriptif untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap masing-masing indikator pelayanan.

### Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dan sistematis untuk memperoleh hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik. Tahapan analisis data diawali dengan pengelompokan dan pengkodean data hasil kuesioner yang telah terkumpul, kemudian dilanjutkan dengan analisis statistika deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan data kepuasan pelanggan. Statistika deskriptif digunakan untuk menghitung ukuran pemusatan data seperti mean, median, dan modus, serta menyusun distribusi frekuensi dan kategori tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan rentang nilai yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, data yang telah dikonversikan ke dalam bentuk numerik melalui skala Likert dianalisis untuk memperoleh nilai rata-rata dan simpangan baku sebagai dasar dalam pengujian hipotesis statistik. Penggunaan skala Likert memungkinkan data persepsi pelanggan yang bersifat kualitatif diolah secara kuantitatif sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis inferensial.

Tahap berikutnya adalah pengujian hipotesis statistik menggunakan uji t satu sampel, yang bertujuan untuk mengetahui apakah rata-rata tingkat kepuasan pelanggan secara statistik berada di atas nilai standar kepuasan yang telah ditetapkan oleh manajemen 2 HOS Coffee. Uji t satu sampel dipilih karena sesuai untuk menguji perbedaan antara rata-rata satu sampel dengan nilai pembandingan tertentu pada data kuantitatif.

Jenis uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t satu sampel satu arah dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Keputusan pengujian hipotesis ditentukan berdasarkan nilai p-value, di mana hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak apabila p-value lebih kecil dari nilai  $\alpha$ . Dalam proses pengolahan dan analisis data, peneliti menggunakan Microsoft Excel untuk pengelolaan data awal dan perhitungan statistik dasar, serta JASP sebagai alat bantu dalam analisis uji t satu sampel guna memperoleh hasil yang lebih akurat dan sistematis. Penggunaan perangkat lunak ini bertujuan untuk meminimalkan kesalahan perhitungan dan meningkatkan keandalan hasil analisis.

Pemilihan uji hipotesis satu arah (one-tailed test) dalam penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah dan hipotesis yang telah menetapkan arah pengujian secara jelas, yaitu untuk membuktikan apakah rata-rata tingkat kenyamanan dan kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee lebih tinggi dari standar yang ditetapkan manajemen. Oleh karena itu, penggunaan uji dua arah (two-tailed test) tidak relevan karena penelitian ini tidak bertujuan untuk melihat perbedaan secara umum, melainkan untuk menguji keunggulan nilai rata-rata terhadap standar tertentu. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak ( $p \text{ value} < 0,05$ ), sehingga saran yang diberikan dalam penelitian ini diturunkan secara langsung dari hasil analisis statistik, yaitu mempertahankan kualitas pelayanan yang telah baik serta melakukan peningkatan fasilitas pendukung secara berkelanjutan.

## Hasil Dan Pembahasan

### Interpretasi Hasil Statistika

Deskriptif Nilai mean, median, dan modus pada variabel pelayanan, rasa minuman, serta minat rekomendasi menunjukkan pola yang konsisten, di mana nilai median dan modus cenderung berada pada skor Tinggi (7–8) dan Sangat Tinggi (9–10). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap pelayanan 2 HOS Coffee, Secara umum:

- Pelayanan staf memiliki mean 8,76 (kategori tinggi)

- Rasa/Kualitas minuman memiliki mean 8,93 dibulatkan = 9 (kategori sangat tinggi)
- Minat rekomendasi memiliki mean 8,53 (kategori tinggi)

Berdasarkan klasifikasi skala kepuasan, tingkat kepuasan pelanggan tergolong tinggi hingga sangat tinggi, yang menunjukkan pengalaman pelanggan yang positif.

### 1. Data Usia Pelanggan 2 HOS Coffee

<i>Usia</i>	
Mean	23
Standard Error	1
Median	20
Mode	19
Standard Deviation	10
Sample Variance	97
Kurtosis	38
Skewness	5
Range	85
Minimum	14
Maximum	99
Sum	2229
Count	99

### 2. Data Status Pelanggan 2 HOS Coffee

Data Status Pelanggan	
Bekerja	50
Pelajar/Mahasiswa	41
Lainnya	8

### 3. Data Area Favorite Pelanggan di 2 HOS Coffee

Data Area Favorite Customer	
Main Space	9
Creative Space	10
Outdoor Space	80

### 4. Sumber Informasi Mengenai 2 HOS Coffee

Informasi Mengetahui 2 HOS Coffee	
Teman	63
Media Sosial	26
Iklan	1
Kerabat/Keluarga	6
Mengetahui Sendiri	3

## 5. Tingkat Pelayanan Staff di 2 HOS Coffee

### *Tingkat Pelayanan Staff di 2 HOS Coffee*

Mean	8.76
Standard Error	0.14
Median	9.00
Mode	10.00
Standard Deviation	1.40
Sample Variance	1.96
Kurtosis	0.42
Skewness	-1.03
Range	5.00
Minimum	5.00
Maximum	10.00
Sum	867.00
Count	99.00

## 6. Tingkat Kenyamanan Suasana Duduk

### *Suasana Tempat*

Sangat Nyaman	33
Nyaman	51
Netral	14
Tidak Nyaman	1

Untuk dapat menguji hipotesis penelitian menggunakan uji-t satu populasi, data persepsi pelanggan yang bersifat kualitatif perlu terlebih dahulu dikategorikan dan dikonversikan ke dalam bentuk numerik. Pengkategorian dilakukan dengan menggunakan skala Likert, sehingga setiap kategori penilaian memiliki bobot nilai tertentu yang dapat diolah secara statistik.

Melalui proses pengkategorian ini, data yang semula berupa persepsi subjektif pelanggan seperti sangat nyaman = 4, nyaman = 3, netral = 2, dan tidak nyaman = 1 (diubah menjadi data kuantitatif berskala interval).

## 7. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Rasa Minuman

### *Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Rasa Minuman*

Mean	8.93
Standard Error	0.11
Median	9.00
Mode	10.00
Standard Deviation	1.14
Sample Variance	1.29
Kurtosis	1.05
Skewness	-0.97
Range	5.00
Minimum	5.00
Maximum	10.00

Sum	884.00
Count	99.00

### 8. Minat Rekomendasi Pelanggan terhadap 2 HOS Coffee

#### *Minat Rekomendasi Pelanggan terhadap 2 HOS Coffee*

Mean	8.53
Standard Error	0.15
Median	9.00
Mode	10.00
Standard Deviation	1.47
Sample Variance	2.17
Kurtosis	0.38
Skewness	-1.00
Range	5.00
Minimum	5.00
Maximum	10.00
Sum	836.00
Count	98.00

### 9. Frekuensi Kunjungan Pelanggan di 2 HOS Coffee

Frekuensi Kunjungan	
1-2x	53
3-4x	32
5-6x	10
>6x	4

### 10. Rata-rata Pengeluaran Pelanggan per Kunjungan

AVG Pembelian Cust	
Rp. 0 - Rp. 20.000	5
Rp. 20.000 - Rp. 45.000	45
Rp. 45.000 - Rp. 75.000	35
>Rp. 75.000	14

### Pembahasan Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

Nilai t-hitung yang diperoleh pada masing-masing pengujian menunjukkan hasil signifikan secara statistik dengan p-value < 0,05. Hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak terjadi secara kebetulan, tetapi benar-benar mencerminkan kualitas pelayanan dan kenyamanan yang dirasakan pelanggan. Penolakan  $H_0$  pada kedua hipotesis memperkuat bahwa:

- Kenyamanan tempat telah melampaui standar kepuasan. Secara statistik, rata-rata penilaian pelanggan terhadap kenyamanan suasana tempat di 2 HOS Coffee lebih tinggi dari standar kepuasan yang ditetapkan manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa nyaman berada di lingkungan kafe, namun perlu ada evaluasi agar dapat berada pada kategori sempurna.
- Kualitas pelayanan telah melampaui standar pelayanan yang baik. Hasil data menunjukkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee secara signifikan lebih tinggi dibandingkan standar pelayanan yang baik. Dengan demikian, pernyataan manajemen mengenai kualitas pelayanan yang sangat baik dapat dibuktikan secara statistik.

## Analisis Pengujian Hipotesis (Uji t) *One Tail Hypothesis* Menggunakan JASP

### One Sample T-Test ▼

Apakah rata-rata tingkat kenyamanan tempat di 2 HOS Coffee Kabupaten Gresik lebih tinggi dari standar kepuasan pelanggan yang telah ditetapkan oleh manajemen (owner)?

#### One Sample T-Test

	t	df	p
Suasana Tempat	2.439	98	.017

Note. For the Student t-test, the alternative hypothesis specifies that the mean is different from 3.

Note. Student's t-test.

P-Value  $0.017 < 0.05$  ( $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima)

$H_0$  = Rata-rata penilaian pelanggan terhadap kenyamanan tempat di 2 HOS Coffee **tidak lebih tinggi** dari standar kepuasan pelanggan ( $\mu \leq 3$ ).

$H_1$  = Rata-rata penilaian pelanggan terhadap kenyamanan tempat di 2 HOS Coffee **lebih tinggi** dari standar kepuasan pelanggan ( $\mu > 3$ ).

**Kesimpulan:** Cukup bukti bahwa rata-rata penelitian pelanggan terhadap kenyamanan tempat di 2 HOS Coffee lebih tinggi dari standar kepuasan pelanggan ( $\mu > 3$ ).

### Assumption Checks

#### Test of Normality (Shapiro-Wilk)

	W	p
Suasana Tempat	0.806	< .001

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

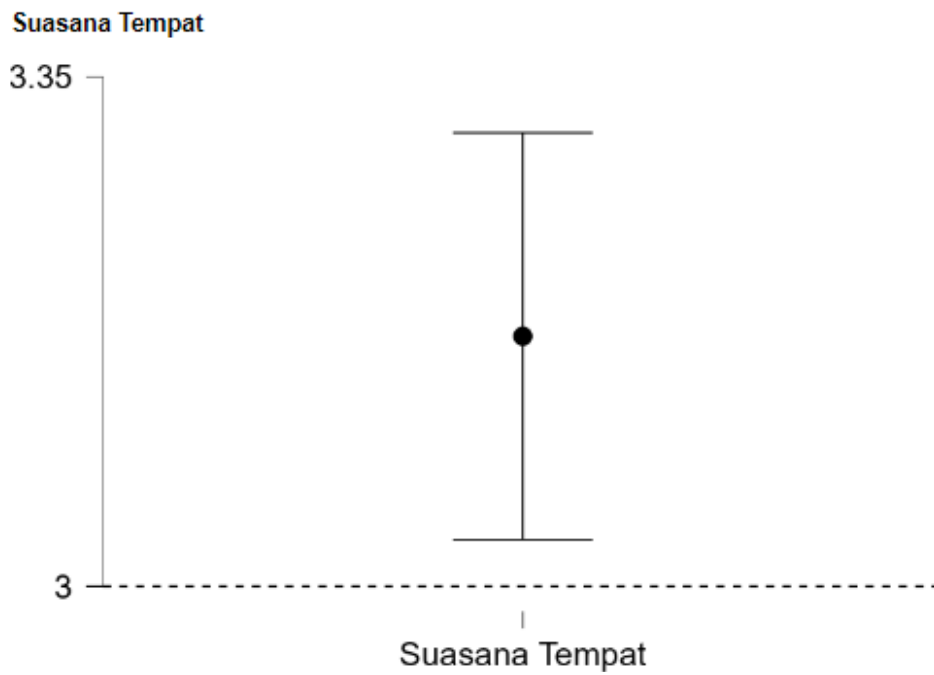
Uji Asumsi tidak cukup bukti bahwa distribusi populasinya normal jika P-Value  $\geq 0.05$  ( $H_0$  ditolak).

### Descriptives

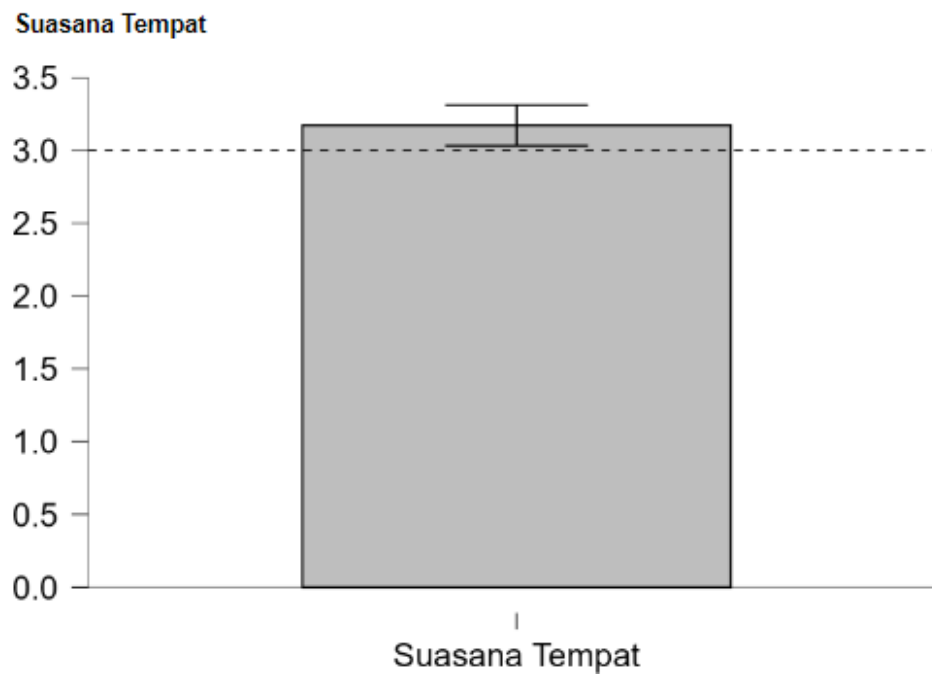
#### Descriptives

	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Suasana Tempat	99	3.172	0.700	0.070	0.221

### Descriptives Plots



### Bar Plots



## One Sample T-Test

Apakah rata-rata kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee Kabupaten Gresik lebih tinggi dari standar pelayanan yang baik sesuai dengan penilaian manajemen?

### One Sample T-Test

	t	df	p
Pelayanan	19.79	98	< .001

Note. For the Student t-test, the alternative hypothesis specifies that the mean is different from 6.

Note. Student's t-test.

P-Value  $0.001 < 0.05$  ( $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima)

$H_0$  = Rata-rata penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee tidak lebih tinggi dari standar pelayanan yang baik ( $\mu \leq 6$ ).

$H_1$  = Rata-rata penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee lebih tinggi dari standar pelayanan yang baik ( $\mu > 6$ ).

**Kesimpulan:** Cukup bukti bahwa Rata-rata penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan di 2 HOS Coffee lebih tinggi dari standar pelayanan yang baik ( $\mu > 6$ ).

## Assumption Checks

### Test of Normality (Shapiro-Wilk)

	W	p
Pelayanan	0.801	< .001

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

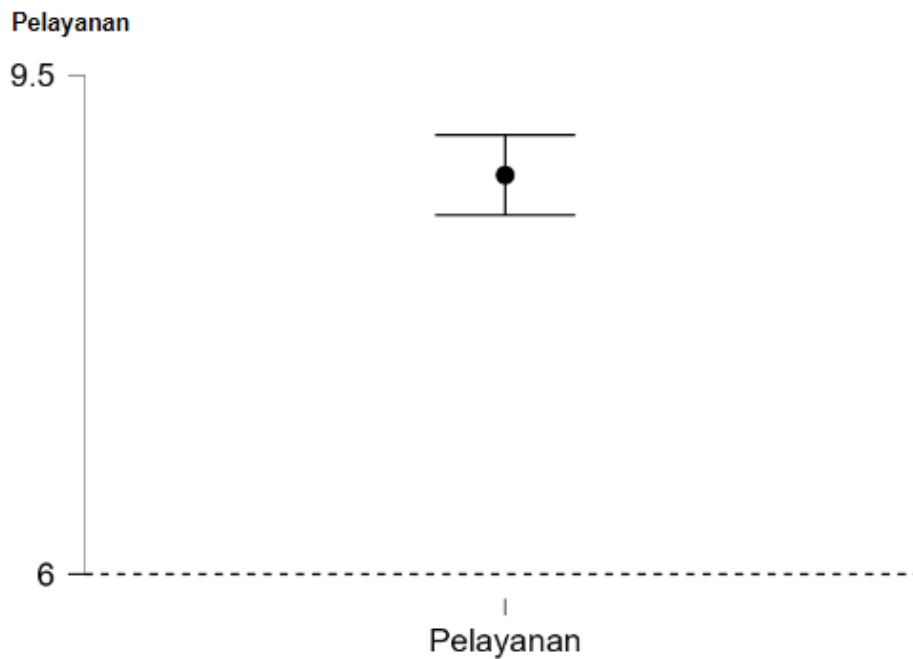
Uji Asumsi tidak cukup bukti bahwa distribusi populasinya normal jika P-Value  $\geq 0.05$  ( $H_0$  ditolak).

## Descriptives

### Descriptives

	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Pelayanan	99	8.798	1.407	0.141	0.160

### Descriptives Plots



### Bar Plots ▼



### Implikasi Hasil Pengujian terhadap Manajemen 2 HOS Coffee

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar evaluasi manajemen dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Area outdoor yang menjadi favorit pelanggan menunjukkan bahwa konsep ruang terbuka perlu terus dikembangkan. Tim Peneliti merekomendasi:

- Mempertahankan kualitas pelayanan barista
- Menambah fasilitas pendukung kenyamanan (pencahayaan, stop kontak, kebersihan)
- Mengoptimalkan media sosial sebagai sumber informasi utama pelanggan

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis statistika deskriptif dan uji t satu sampel yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan di 2 HOS Coffee berada pada kategori tinggi. Nilai rata-rata (mean), median, dan modus pada setiap indikator menunjukkan kecenderungan jawaban responden yang positif, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan serta tingkat kenyamanan yang dirasakan selama berada di 2 HOS Coffee. Hasil uji t satu sampel menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan pelanggan secara statistik berbeda signifikan dan berada di atas nilai acuan yang telah ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan kenyamanan yang diberikan oleh 2 HOS Coffee telah memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan di 2 HOS Coffee dapat diterima.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan cakupan lokasi yang hanya berfokus pada satu coffee shop. Tetapi secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen 2 HOS Coffee untuk mempertahankan serta meningkatkan aspek pelayanan dan kenyamanan yang telah dinilai baik oleh pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal bagi penelitian selanjutnya dengan pengembangan metode analisis atau penambahan variabel lain guna memperoleh gambaran kepuasan pelanggan yang lebih komprehensif.

## Daftar Pustaka

- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. (2021). The Structural Relationship among Perceived Service Quality, Perceived Value, and Customer Satisfaction-Focused on Starbucks Reserve Coffee Shops in Shanghai, China. *Sustainability*, 13(15), 8633.
- Mulia, S. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Diversita*, 114-120.
- Safina, A., Astuti, S., & Safitri, C. (2024). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Coffee Shop di Kecamatan Cimanggis. *Jambura Economic Education Journal*.
- Sajid, M. A., Mahsun, A. F., & Hadainingrum, D. P. (2022). Kepuasan Konsumen Sandal Swallow dengan Metode Statistik Deskriptif. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 115-118.
- Widyaningsih, Dewi. "Statistika bisnis." Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik (2021): 1-217.
- Salamena, Allgreat Meidelia Clarista, and Andi Wahyu Rahardjo Emanuel. "Pengaruh Customer Relationship Management dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas di Cafe Pelangi." *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)* 8.2 (2024): 333-340.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134- 146.