

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI POJOK SURABAYA

Muhammad Erwin¹, Handy Aribowo²

merwin1230@gmail.com¹, handy.aribowo@gmail.com²

STIE IBMT Surabaya

ABSTRAK

Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh dari Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Konsumen yang menjadi objek penelitian ialah Data Pesaing Kedai Kopi Pojok. Metode dari penelitian ini sendiri menggunakan olahan data primer dan sekunder dengan metode Kuantitatif dan menggunakan SPSS IBM. Objek penelitian berjumlah 10 Data Pesaing. Pengujian menggunakan Uji Validitas, Reliabel, Asumsi Klasik, dan Hipotesis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya Pengaruh positif signifikan secara simultan dari variabel Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Pojok Surabaya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Researchers want to determine the influence of Service Quality and Interpersonal Communication on Consumer Satisfaction, with the research object being Data of Competitors of Pojok Coffee Shop. The method of this research uses primary and secondary data processed with a Quantitative method and using SPSS IBM. The research object consists of 10 Competitor Data. Testing uses Validity Test, Reliability, Classical Assumptions, and Hypothesis. The results of the study indicate a significant positive influence simultaneously from the variables of Service Quality and Interpersonal Communication on Consumer Satisfaction at Pojok Coffee Shop Surabaya.

Keywords: Service Quality, Interpersonal Communication, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Kedai kopi bisa menjadi setengah bagian hidup dari penikmat kopi masyarakat modern terutama di kota besar. Kebiasaan konsumsi kopi umumnya dilakukan oleh masyarakat di kedai kopi. Namun, seiring waktu, muncul istilah baru yang menggantikan sebutan warung kopi menjadi kedai kopi. Kegiatan minum kopi kini tidak hanya sekadar memenuhi selera, tetapi bagi sebagian penghuni kota telah menjadi bagian dari kehidupannya.

Di mana-mana sudah banyak kedai kopi didirikan. Menurut Atmojo (2016) Kedai kopi merupakan tempat yang menyajikan minuman kopi bergaya espresso serta camilan ringan. Seiring waktu, kedai kopi tidak hanya menawarkan kopi sebagai menu utama, tetapi juga menyajikan berbagai makanan, mulai dari kudapan seperti sate hingga hidangan berat seperti nasi kucing yang disajikan dalam porsi kecil. Dengan adanya kedai kopi, Masyarakat dapat menikmati kopi dengan suasana Kota Surabaya yang begitu indah dan padat, apalagi pada hari weekend saat malam hari. Persaingan di dalam bisnis kedai kopi untuk saat ini sangatlah padat dan juga ketat, dimana kedai kopi untuk saat ini tidak hanya kedai kopi seperti di cafe pada umumnya.

Menurut Siti Syahsudarmi (2018) Usaha kedai kopi, yang juga dikenal sebagai warung kopi, umumnya berawal dari ide untuk menyediakan tempat berkumpul atau bersantai (hangout) sebagai wadah interaksi sosial. Di tempat ini, berbagai topik dibahas secara santai dan informal, mulai dari tugas kuliah, pekerjaan, proyek, bisnis, hingga isu-isu politik. Setiap kedai kopi biasanya menargetkan segmen pasar yang berbeda,

disesuaikan dengan strategi masing-masing.

Banyak juga Sebagian orang yang membuka bisnis kedai kopi yang mengonsep ala warung lesehan yang dinamakan Angkringan. Menurut Rasmikayati (2020) Pelaku usaha kedai kopi dituntut untuk berpikir secara kritis dan jeli dalam mengikuti perkembangan tren yang terus berubah dari waktu ke waktu. Tren dapat berganti dengan cepat setiap hari, bulan, bahkan tahun. Di samping menjaga kualitas makanan dan minuman, salah satu faktor penting yang turut mendukung kesuksesan bisnis kedai kopi adalah memberikan kemampuan pelayanan yang prima kepada konsumen.

Ada pula yang memanfaatkan aset kendaraan sebagai alat bantu untuk memasarkan kopi di pinggiran Kota Surabaya. Akan tetapi kita juga harus mengetahui tingkat kepuasann konsumenn terhadap kualitas layanann yangg telah kita berikan selama ini serta mengetahui tingkat loyalitas dari konsumen kita yang tentunya tingkat kepuasannya harus kita ketahui terlebih dahulu. Dalam konteks kualitas layanan dan komunikasi menjadi kunci terhadap kepuasan konsumen, mulai dari pelayanan, keramahan karyawan sampai kebersihan tempat agar Konsumen tersebut dapat Kembali mengunjungi cafe kita. Kedai kopi dan kafe menyediakann berbagai makanann dan minuman dengan harga yang bersaing agar tetap menarik bagi konsumen. Para pelaku usaha kedai kopi juga sering menawarkan promo-promo menarik untuk menarik perhatian dan mengundang konsumen baru datang berkunjung.

Tabel 1. Data Pesaing Kedai Kopi Pojok kec. Asemrowo kel. Asemrowo di Kota Surabaya

Nama Kedai	Alamat	Rating Konsumen Dari Google
Kedai Kopi DR 210	Jl. Dupak Rukun , Kel. Asemrowo	4,1
Kedai 126	Jl. Dupak Rukun No.225, Kel. Asemrowo	4,5
Kedai AI'	Jl. Asem Rowo No.26 B , Kel. Asemrowo	5,0
Kedai Kowan	Jl. Tambak Mayor Madya II No.73, Kel. Asemrowo	5,0
Kedai Camilan Mbak Iyan	Jl. Tambak Pring Utama II A No.47, Kel. Asemrowo	5,0
Kedai Kopi Pojok	Jl. Tambak Pring Timur VI No.37 Kel. Asemrowo	4,3

Sumber : Diolah peniliti 2025 yang terdaftar di google maps area Kec.Asemrowo

Data diatas rating dan juga tempat dari pesaing Kedai Kopi Pojok menurut google maps di tahun 2025, dimana rating Kedai Kopi Pojok sendiri untuk saat ini mencapai 4,3. Dimana rating tersebut masih rendah dibanding pesaing Kedai Kopi yang lain.

Jadi penulis memilih judul Pengaruh Kualitass Layanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasann Konsumen Kedaii Kopi Pojok dikarenakan Kedai Kopi Pojok saat ini memiliki rating rendah dibanding pesaing Kedai Kopi lainnya . Oleh karena itu, peneliti akan meneliti Kedai Kopi Pojok agar dapat meningkat dan memiliki banyak konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Sugiono yang diperbarui oleh Umar Abdul Aziz (2022) Penelitian kuantitatiffadalah suatu penelitian yanggmenerapkan pengumpulann data dari sejumlah besar responden dengan cakupan populasi yang luas. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh dari layanan serta komunikasi dari suatu

penelitian ini.

Irfan Syahroni (2022) Mengatakan Penelitian kuantitatif melibatkan unsur-unsur angka, frekuensi, dan persentase, dengan data yang digunakan untuk menguji hipotesis serta karakteristik lain yang berkaitan dengan ilmu kuantitatif secara umum. Selain itu, penelitian ini juga melakukan pengujian reliabilitas dan mempertimbangkan variabel-variabel penting dalam analisisnya.

Banyak orang menganggap bahwa penelitian kuantitatif sulit karena berhubungan dengan angka. Namun, sebenarnya metode ini mudah dipahami jika peneliti mendalaminya dengan baik. Penelitian kuantitatif memiliki keunggulan yang mungkin tidak dimiliki oleh metode lain. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah untuk memperbaiki atau meningkatkan rating Kedai Kopi Pojok Surabaya, yang saat ini masih berada di bawah rating pesaing kedai kopi lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menggunakan output SPSS 30 for Windows menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,451 > t tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi $0,015 < \alpha$ (0,05). Artinya, Kualitas Layanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di wilayah Kec. Asemrowo, Kota Surabaya. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mahira (2021) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Lesmana Ratnasari (2019), yang juga menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nada Dwi Putri (2021) mengatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas layanan yang baik akan menimbulkan rasa nyaman dan kepuasan bagi konsumen, yang pada akhirnya mendorong terjadinya pembelian ulang. Sebaliknya, layanan yang kurang memuaskan dapat menurunkan loyalitas konsumen dan membuat mereka enggan untuk kembali membeli produk atau menggunakan jasa yang sama. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik yang diberikan oleh penjual kepada pembeli berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, khususnya di wilayah Kecamatan Asemrowo.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menggunakan output SPSS 30 for Windows menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,712 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial Komunikasi Interpersonal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di wilayah Kecamatan Asemrowo, Kota Surabaya. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Ari Anugrah (2020) yang menyatakan bahwa Komunikasi Interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu Komunikasi Interpersonal juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen seperti yang dinyatakan oleh Miftah Rizki (2019). Berbeda dengan yang dinyatakan oleh Handayani (2021) Komunikasi interpersonal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Komunikasi interpersonal secara umum merupakan interaksi tatap muka antara individu, di mana setiap pihak saling memengaruhi persepsi satu sama lain. Dalam konteks pelayanan, komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penjual berperan penting dalam membangun hubungan yang positif dengan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dan disampaikan dengan baik oleh penjual akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen dalam menerima pelayanan.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil analisis menggunakan output SPSS 30 for Windows menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Komunikasi Interpersonal (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai F hitung sebesar 38,637 dan signifikansi sebesar 0,001. Mengacu pada ketentuan uji F dengan taraf signifikansi 5% (0,05), karena nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Pojok di wilayah Kecamatan Asemrowo. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nanik Suryani (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal serupa juga diungkapkan oleh Dinda Gita Pradana (2023), yang menemukan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berbeda dengan yang dinyatakan oleh Novita (2016) bahwa kualitas layanan dan komunikasi interpersonal tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengunjungi kedai kopi dengan tidak hanya melihat dari Kualitas layanan yang baik, tetapi juga melihat Komunikasi Interpersonal demi kenyamanan saat berkunjung di kedai kopi. Dengan demikian pemilik kedai kopi perlu memperhatikan kedua aspek tersebut secara bersamaan agar dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen agar konsumen dapat kembali mengunjungi kedai kopi.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Pojok di Kecamatan Asemrowo, yang ditunjukkan oleh hasil uji t di mana nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,451 > 1,984$), $\text{sig} < \alpha$ ($0,00 < 0,05$).
2. Komunikasi Interpersonal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Pojok di Kecamatan Asemrowo, yang ditunjukkan oleh hasil uji t di mana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,712 > 1,984$), $\text{sig} < \alpha$ ($0,00 < 0,05$).
3. Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal terbukti berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Pojok di Kecamatan Asemrowo, yang dimana nilai F hitung sebesar 38,637 dengan signifikansi 0,001.

Saran

Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak terkait yang berkepentingan, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya

mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi turut memengaruhi Kepuasan Konsumen.

2. Teknik pengumpulan data yang digunakan masih terbatas pada penyebaran kuesioner secara online. Untuk hasil yang lebih representative disarankan agar data dikumpulkan dengan kombinasi metode, seperti wawancara langsung atau observasi.
3. Penelitian ini fokus hanya pada Kualitas Layanan dan Komunikasi Interpersonal saja. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat memperluas konteks dengan menambah konteks atau mengubah konteks agar dapat memperoleh wawasan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337-342.
- Alir, D. (2005). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT Rajawali Prees.
- Aptaguna, A. (2016). *Jurnal Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. *Jurnal Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Vol.3
- Badawi, M. A., & Rahadi, D. R. (2021). Analisis Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa President University. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 123-137.
- Bilgies, A. F. (2016). Peran kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan billagio skincare clinic Sidoarjo. *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(1).
- Citra, A. (2022). KOMUNIKASI INTERPERSONAL. *Jurnal komunikasi interpersonal*. Vol.1, No.3
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-40.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Ferawati, A. (2017). *Program Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra*. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan, Vo. 5 No 1.
- Hayatul, (2020). *Jurnal PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA ALFAMART DI DESA KARANGBONGKECAMATAN PAJARAKAN)*. Vol 6. No.2
- Handayani, M., & Pandanwangi, E. (2021). Pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 7(1), 9-15.
- Indrawati, A. D. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Swasta di Kota Denpasar. *Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, vol.7, No.2.
- Irawan, S. (2017). Pengaruh konsep diri terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 39-48.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Miftah Rizki (2019). *Komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen*. *Jurnal manajemen* Vo.6
- Mustofa, M. B., Sugara, G. T., & Wuryan, S. (2023). Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung: Sebuah Tinjauan Literatur di Perpustakaan. *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 30-46.
- Megawati, Y. (2017). Kualitas pelayanan terkait dengan kepuasan konsumen dalam industri jasa. *Business Management Journal*, 2(2).
- Novita, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Komunikasi Interpersonal

- terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Perdana, A. A. P., Hairunnisa, M. F., & Aransyah, M. F. (2020). Pengaruh komunikasi Interpersonal Terhadap kepuasan konsumen Go-Ride kecamatan Sambutan.
- Putu Meidita Larastrini, I. G. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja Lingkungan Kerja dan Worklife Balance terhadap Loyalitas Karyawan. *E-Jurnal Manajemen*, VOL. 8, No. 6.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Romadhan, M. R., Indriastuty, I., & Prihandoyo, C. (2019). E-service quality kepuasan konsumen melalui e-commerce terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 150-163.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Savitri, R. F. (2015). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN DISPLIN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PADA KARYAWAN PT. KABELINDO MURNI, Tbk. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1No. 2 October 2015.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru. *Jurnal Development*, 6(1), 47-60.
- Sidanta, K., Christian, B., Hadi, H., Angelia, W., & Istijanto, I. (2022). Faktor-Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen milenial pada e-commerce Di Indonesia. *Indonesian Business Review*, 5(2), 156-173.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55-61.
- Sunardiyah, F., Pawito, P., & Naini, A. M. I. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Sosial Media dan Citra Organisasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bea Cukai Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 237-254.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Rahmani, N. A. B. (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (product, price, promotion, and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122-141.
- Solikatun, (2015). PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT KONSUMSI. Vol.4,No.1
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Setiawan . (2019) *Jurnal sains manajemen dan bisnis indonesia*. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Vol.9. No.2
- Syamsuriansyah, N. R. (2021). KINERJA KARYAWAN. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Utami, U. W. (2015). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 NO. 1.
- Wijaya, I. K. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan CV. BUKIT SANOMAS . AGORA, VOL
- Zain, K. (2019). Pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ojek online di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).