

Peran Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Danke Cafe Singaraja

Gusti Made Lasdwi Biarta¹, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi²

1,2 Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 26 February 2021

Received in revised form

2 July 2021

Accepted 2 July 2021

Available online 08 March 2022

Kata Kunci:

kepuasan pelanggan,
kualitas pelayanan, nilai
pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (2) nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan, (4) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Danke Cafe Singaraja. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 65 orang. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan analisis jalur. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) service quality on customer satisfaction, (2) customer value on customer satisfaction, (3) service quality on customer value, (4) service quality affects customer satisfaction through customer value at Danke Cafe Singaraja. The research design used in this research is causal quantitative. The subjects of this study were customers of Danke Cafe Singaraja. The object of this research focuses on the variables of service quality, customer value, and customer satisfaction. The number of samples used in this study amounted to 65 people. Data were collected using a questionnaire technique which was analyzed using path analysis. The results obtained in this study indicate that, (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) service quality has a positive and significant effect on customer value, (4) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction through customer value at Danke Cafe Singaraja.

Keywords: customer value, customer satisfaction, service quality.

Pendahuluan

Kegiatan berkumpul bersama teman-teman atau yang lebih sering dikenal dengan istilah nongkrong sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia saat ini. Kebiasaan tersebut sulit untuk dihindari karena sudah menjadi budaya dikalangan masyarakat. Nongkrong dalam hal ini dilakukan oleh sekumpulan anak muda maupun tua hanya sekedar untuk duduk santai, bersenda gurau, curhat, bermain *games*, atau untuk mengisi waktu luang mereka. Sebelumnya, kebiasaan nongkrong biasanya dilakukan di warung-warung kecil yang lebih sederhana. Seiring berkembangnya jaman, kebiasaan saat ini pun mulai dilakukan di cafe-cafe maupun rumah makan. Adanya perubahan lokasi tempat nongkrong tersebut menjadi peluang dalam membuka usaha, sehingga banyak pembisnis memanfaatkan kesempatan ini dengan membuka usaha cafe.

Dewasa ini, merebaknya cafe dapat dilihat dari banyaknya cafe-cafe yang bisa kita temui di kota-kota seluruh Indonesia. Maraknya cafe tersebut dilengkapi dengan berbagai macam konsep, seperti beragam jenis musik, terjangkauunya harga, serta sajian menu dengan nuansa tradisional hingga modern seakan menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, dengan berubahnya gaya hidup masyarakat dapat

¹ Corresponding author.

E-mail: lasdwibiarta1699@gmail.com, gemilangsuryawan@gmail.com

meningkatkan pertumbuhan industri cafe. Tingginya antusias masyarakat terhadap keberadaan cafe, secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaan cafe semakin tinggi.

Salah satunya adalah fenomena menjamurnya cafe di kota Singaraja. Di Singaraja sendiri eksistensi cafe mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda. Terdapat beberapa jenis cafe yang ada di kota Singaraja seperti, Danke Cafe, Kopi Bankit, Warung Bule, Mailaku Oemah Nongkrong, dan Soan Cafe, Yang Coffee. Danke Cafe merupakan satu diantara nama cafe diatas yang tengah naik daun di kota Singaraja. Danke Cafe didirikan oleh Ngurah Bagus Jayantha sejak tahun 2019, yang berlokasi di Jl. Udayana, Singaraja, Bali. Danke Cafe menyajikan beragam varian menu, mulai dari makanan pembuka hingga makanan penutup. Selain itu, Danke Cafe juga menyajikan berbagai jenis minuman seperti teh, jus, maupun kopi.

Apabila dilihat dari laporan penjualan produknya, Danke Cafe Singaraja terus mengalami peningkatan yaitu pada bulan Juni sebanyak 3.909 produk, pada bulan Juli sebanyak 4.917 produk, dan pada bulan Agustus sebanyak 5.320 produk. Danke Cafe mengalami peningkatan dari bulan juni sampai dengan bulan juli 2020 sebesar 1.25%, kemudian meningkat dari bulan juli sampai dengan agustus 2020 sebesar 1.08%. Sedangkan tingkat penjualan produk di Soan Cafe dan Yang Coffee mengalami fluktuasi. Tingginya tingkat penjualan produk di Danke Cafe disebabkan oleh kepuasan pelanggan tinggi. Seiring dengan meningkatnya tingkat penjualan produk, Danke Cafe juga harus tetap menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan tetap merasa puas. Puas atau tidaknya pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Danke Cafe dapat dilihat dari banyaknya jumlah komplain yang di sampaikan oleh pelanggan. dalam waktu satu tahun Danke Cafe hanya mendapat dua jenis komplain sebanyak delapan orang. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Danke Cafe sudah sangat baik, sehingga sebagian besar pelanggan sudah merasa puas. Disamping itu, pelanggan yang sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Danke Cafe kemungkinan besar mereka akan menceritakan atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Tingginya tingkat penjualan produk di Danke Cafe Singaraja disebabkan oleh kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan mencakup upaya-upaya dalam memenuhi kebutuhan Konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi apakah pengalaman yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan (Tjiptono, 2017). Apabila harapan pelanggan dapat terpenuhi atau terlampaui, maka pelanggan akan merasa sangat puas (Irawan, 2002). Ketika pelanggan sudah merasa puas maka mereka akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan informasi yang baik serta merekomendasikannya kepada orang lain (Yoon dan Uysal, 2005).

Tingkat kepuasan yang tinggi dapat dihasilkan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga mampu membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas pelayanan merupakan sebuah ukuran yang digunakan oleh pelanggan untuk membandingkan pelayanan yang diterima ataupun yang diinginkan (Gunartik dan Nainggolan, 2019:29). Untuk menilai baik atau buruknya kualitas layanan yang diberikan, dapat dilihat dari seberapa bagus tingkat kualitas layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2017;142). Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan karena kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Navaratnaseel dan Periyathampy (2016) mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting untuk mempertahankan pelanggan, hal tersebut sesuai dengan penelitian Jamaluddin, dkk (2019) mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Thyophoida dan Natanael (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dan juga simultan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut berbeda dari hasil penelitian Panjaitan dan Yuliati (2016) mengemukakan bahwa ternyata hanya dimensi empati saja yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada dimensi bukti fisik, reliabilitas, jaminan, dan tanggapan tidak terbukti pengaruhnya.

Disamping kualitas pelayanan, variabel nilai pelanggan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai rasio antara apa yang didapatkan oleh konsumen dengan apa yang telah diberikan oleh konsumen (Priansa, 2017). Hal tersebut sesuai dengan penelitian Abdullatif (2016) mengatakan ada pengaruh antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015) bahwa terdapat pengaruh positif antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Merujuk pada penelitian Navaratnaseel dan Periyathampy (2016), Jamaluddin, dkk (2019), Thyophoida dan Natanael (2016), perlu dilakukan pengujian kembali mengenai ketiga variabel tersebut yaitu kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. (2) pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja.

Metode

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: kualitas pelayanan (X_1), nilai pelanggan (X_2). Sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausal. Desain kausal ini digunakan untuk mengkaji hubungan sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2014:56). Tahapan dalam desain penelitian kuantitatif kausal terdiri dari (1) merumuskan masalah, (2) mengkaji teori, (3) merumuskan hipotesis, (4) mengumpulkan data, (5) mengolah data, dan (6) menarik kesimpulan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah mengkonsumsi atau membeli produk lebih dari 2 kali di Danke Cafe Singaraja, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), nilai pelanggan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y).

Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berstruktur (angket tertutup), dengan kemungkinan jawaban pernyataan yang telah disiapkan dalam bentuk pilihan. Responden tidak perlu lagi memberikan tambahan jawaban, responden hanya tinggal memilih salah satu alternatif dari lima atau jawaban yang sudah tersedia, yang nantinya dapat memudahkan penelitian dalam mengelola dan menganalisis data.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010). Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan adalah dengan metode kuesioner. Salah satu skala yang umum dipakai dalam penyusunan angket adalah skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang disusun dalam bentuk pernyataan dan diikuti oleh lima respon yang menunjukkan tingkatan. Dalam penelitian ini, pengujian instrumen dilakukan agar dapat memperoleh keakuratan data.

Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sebelum digunakan sebagai alat mengumpulkan data harus diuji cobakan terlebih dahulu. Uji coba tersebut dilakukan terhadap responden diluar sampel. Menurut Sugiyono (2007) instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi antar butir lebih besar dari 0,30 dengan tingkat kesalahan *alpha* 0,05. Sedangkan Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan yang telah *valid*. Menurut Sugiyono (2007), kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel adalah apabila koefisien reliabilitas (r_i) > 0,60.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur biasanya digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh total dan pengaruh langsung serta tidak langsung dari variabel motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada PB Suwela Amerta

Langkah kerja pengolahan dan analisis data analisis jalur sebagai berikut.

- (1) Mengolah data ordinal menjadi interval dengan metode interval berurutan (*methode of successive interval*) baik untuk variabel motivasi dan kemampuan kerja, maupun variabel kinerja karyawan dengan cara:

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
 - b. Untuk setiap pernyataan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
 - c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif, data $n > 30$ dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
 - d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai pada rumus distribusi normal.
 - e. Menghitung nilai skala dengan rumus dari Hays (1969: 39) *Means of interval*

$$\frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area Lower Limit}}$$
 - f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus: Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Maksimum + 1
- (2) Menentukan struktur hubungan antar variabel berdasarkan diagram kerangka pemikiran. Perhitungan analisis jalur pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) 22.0 for Windows*.

Pengujian Mediasi

Mengacu pada Hair et al uji mediasi dapat dilakukan dengan menghitung Variance Accounted For (VAF). Nilai VAF digunakan untuk mengetahui apakah nilai pelanggan mampu memediasi secara penuh, parsial atau tidak dapat memediasi. Perhitungan VAF dilakukan dengan formula sebagai berikut.

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}}$$

Jika nilai VAF > 80% maka dapat dikategorikan sebagai mediasi penuh artinya variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator. Jika nilai VAF 20% - 80% maka dapat dikategorikan sebagai mediasi parsial artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen maupun tidak langsung dengan melibatkan mediator dan jika nilai VAF < 20% maka dapat dikategorikan tidak ada mediasi yang artinya variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden pada Danke Cafe Singaraja berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 38 orang laki-laki dengan persentase 58,5% dan sebanyak 27 orang perempuan dengan persentase 41,5%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan. Sedangkan karakteristik responden pada Danke Cafe Singaraja berdasarkan usia setiap pelanggan memiliki kategori usia, yaitu kategori usia 17-22 sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 76,9%, kategori usia 23-28 sebanyak 10 orang dengan persentase 15,4%, kategori usia 29-34 sebanyak 3 orang dengan persentase 4,6%, dan ketegori usia 35-40 sebanyak 2 orang dengan persentase 3,1%.

Hasil uji validitas dapat dijelaskan melalui perbandingan antara nilai *p-value* yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai *alpha*(α) 0,05.

Tabel 1

Hasil uji validitas sampel besar

Variabel	Item Pernyataan	Ryx	p-value	Alpha (α)	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0,810	0,000	0,05	Valid
	2	0,757	0,000	0,05	Valid
	3	0,793	0,000	0,05	Valid
	4	0,804	0,000	0,05	Valid
	5	0,792	0,000	0,05	Valid
Nilai Pelangan (X ₂)	1	0,807	0,000	0,05	Valid
	2	0,770	0,000	0,05	Valid
	3	0,791	0,000	0,05	Valid
	4	0,694	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,714	0,000	0,05	Valid
	2	0,831	0,000	0,05	Valid
	3	0,722	0,000	0,05	Valid
	4	0,805	0,000	0,05	Valid

Sumber: data diolah pada SPSS 22.0

Berdasarkan hasil *output* SPSS diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai *p-value* di bawah 0,05 sehingga bisa dikatakan item kuesioner dalam penelitian tersebut valid, dan dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan adalah valid. Selanjutnya pengujian reliabilitas tersebut terkait dengan masalah adanya kepercayaan pada instrumen penelitian. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu data, maka perlu diuji reliabilitasnya terlebih dahulu. Suatu variabel dikatakan reliabel ketika mempunyai nilai *cronbach alpha* diatas 0,60.

Tabel 2
Uji reliabilitas sampel besar

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas (r_i)	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,849	0,60	Reliabel
Nilai Pelanggan (X2)	0,761	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,763	0,60	Reliabel
Kriteria = Cronbach's Alpha > 0,60			Reliabel

Sumber: data diolah pada SPSS 22.0

Berdasarkan hasil uji reliabel diketahui bahwa semua variabel yang diuji reliabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan adalah reliabel.

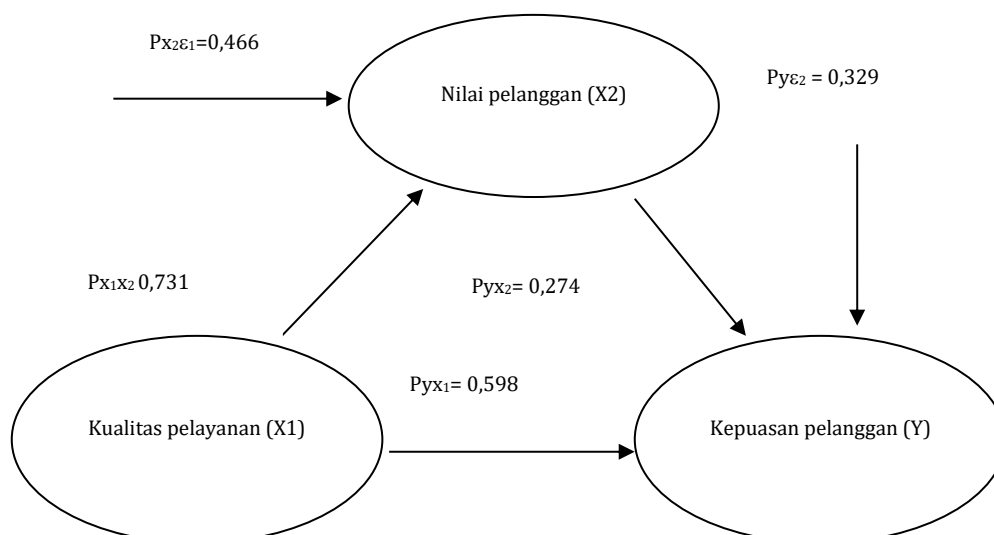
Selanjutnya *output* SPSS Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Danke Cafe Singaraja nampak pada Tabel 1.

Tabel 3
Output SPSS analisis jalur pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja

Parameter	Koefisien	Alpha (α)	<i>p-value</i>	Keputusan
$R_{2yX_1X_2}$	0,671	0,05	0,000	Menolak Ho
$P_{X_1X_2}$	0,731	0,05	0,000	Menolak Ho
P_{yX_1}	0,598	0,05	0,000	Menolak Ho
P_{yX_2}	0,274	0,05	0,029	Menolak Ho
$P_{y\epsilon_2}$	0,329	-	-	-
$P_{X_2\epsilon_1}$	0,466	-	-	-

Sumber: data diolah pada SPSS 22.0

Struktur hubungan pada penelitian ini nampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur pengaruh variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan

Sumbangan Pengaruh Variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Nilai pelanggan (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) nampak pada Tabel 2.

Tabel 4Sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

No	Keterangan	Besar Sumbangan	%
1	Besar pengaruh langsung X_1 terhadap Y	0,598	59,8%
2	Besar pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2	0,200	20,0%
3	Besar pengaruh total X_1 terhadap Y	0,717	71,7%
4	Besar pengaruh langsung X_2 terhadap Y	0,274	27,4%
5	Besar pengaruh total X_1 dan X_2 terhadap Y	0,671	67,1%
6	Besar pengaruh variabel lain terhadap Y	0,329	32,9%
	Total	1,000	100,00%

Hasil pengujian mediasi menunjukkan angka sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}}$$

$$VAF = \frac{0,200}{0,598 + 0,200}$$

$$VAF = \frac{0,200}{0,798}$$

$$VAF = 0,250$$

$$VAF = 25,0\%$$

Dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan memediasi parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Memediasi parsial artinya variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi secara langsung variabel kepuasan pelanggan maupun tidak langsung dengan melibatkan mediator variabel nilai pelanggan.

Hipotesis penelitian pertama adalah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows, pada Tabel 4.4 diperoleh hasil $P_{YX_1} = 0,598$ dengan $p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Danke Cafe Singaraja. Pada Tabel 4.4 menunjukkan sumbangan pengaruh langsung kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,598 atau 59,8% sehingga besar sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara total yaitu 0,717 atau 71,7%.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Danke Café Singaraja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat berimplikasi pada beberapa hal yaitu, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Danke Cafe Singaraja. Artinya apabila pihak Danke Cafe dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan yang diberikan maka hal tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan sumbangan pengaruh sebesar 59,8%. Kualitas pelayanan merupakan sebuah ukuran yang digunakan oleh pelanggan untuk membandingkan pelayanan yang diterima ataupun yang diinginkan. Oleh sebab itu, pihak Danke Cafe harus dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan yang diberikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan puas ketika berbelanja, dan hal tersebut dapat membuat para pelanggan untuk melakukan pembelian kembali di Danke Cafe Singaraja.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Navaratnaseel dan Periyathampy (2016) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara service quality dan customer satisfaction dimana service quality merupakan salah satu faktor penting untuk mempertahankan pelanggan. Selain itu, beberapa hasil penelitian juga menemukan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat.

Hipotesis penelitian kedua adalah terdapat pengaruh positif nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows, pada Tabel 4.4 diperoleh hasil $P_{YX_2} = 0,274$ dengan $p\text{-value} = 0,029 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya nilai pelanggan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Danke Cafe Singaraja. Pada Tabel 4.4 menunjukkan sumbangan pengaruh langsung nilai pelanggan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,274 atau 27,4%.

Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Hal ini mengandung implikasi agar pihak Danke Cafe Singaraja terus meningkatkan nilai pelanggan karena sumbangan pengaruh pada penelitian ini sebesar 27,4%. Sumbangan pengaruh yang diberikan cukup kecil sehingga pihak Danke Cafe Singaraja harus terus meningkatkan nilai pelanggan dengan melakukan beberapa perbaikan baik dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang nantinya dapat memberikan manfaat yang lebih kepada pelanggan serta dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan itu sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullatif (2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015).

Hipotesis penelitian ketiga adalah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows, pada Tabel 4.3 diperoleh hasil $P_{X_1X_2} = 0,731$ dengan $p\text{-value} = 0,028 < \alpha 0,05$ sehingga keputusannya adalah menolak H_0 . Ini artinya kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan (X_2) di Danke Cafe Singaraja. Besar sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap nilai pelanggan (X_2) adalah 0,731 atau 73,1%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan. Hal ini mengandung implikasi agar pihak Danke Cafe Singaraja terus meningkatkan kualitas pelayanan karena sumbangan pengaruh pada penelitian ini sebesar 73,1%. Sumbangan pengaruh yang diberikan cukup besar, namun pihak Danke Cafe Singaraja harus terus meningkat dan mengoptimalkan kualitas pelayanan yang diberikan, karena selain memberikan kesan yang baik dibenak pelanggan hal tersebut juga dapat meningkatkan nilai pelanggan.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Hu (2016) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Hasil penelitian Purwihartuti dan Amalia (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kanthi et al., (2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, dimana pelanggan menilai bahwa nilai dan manfaat yang dirasakan sesuai dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Hipotesis penelitian keempat adalah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja melalui nilai pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik analisis jalur dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows, pada Tabel 4.3 diperoleh hasil $P_{X_2X_1} = 0,731$ dan $P_{YX_2} = 0,274$ sehingga sumbangan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui nilai pelanggan (X_2) didapat dari pengalihan $P_{X_2X_1} \cdot P_{YX_2}$ sehingga hasilnya sebesar 0,200 atau 20%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Sumbangan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan sebesar 20%. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang juga perlu diperhatikan, karena ketika pelanggan menerima nilai yang besar dari pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung hal tersebut dapat menghasilkan kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya, ketika pelanggan menerima nilai yang kecil dari pelayanan yang diberikan, maka dapat dipastikan pelanggan akan merasa tidak puas. Oleh sebab itu, pihak Danke Cafe Singaraja harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar terus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Hapsari et al., (2016) menyatakan bahwa variabel nilai pelanggan diidentifikasi sebagai variabel mediasi dan moderasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan diyakini dapat mendorong kepuasan pelanggan, ketika pelanggan menerima nilai yang besar dari pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung hal tersebut dapat menghasilkan kepuasan pelanggan. Beberapa hasil penelitian mengatakan bahwa nilai pelanggan secara signifikan mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Putra dan Rahyuda, 2018). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan

oleh Suariedewi dan Sulistyawati (2016) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan secara signifikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi nilai pelanggan yang diterima maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang optimal dapat meningkatkan nilai pelanggan yang diterima pelanggan.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Danke Cafe Singaraja. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang diterima pelanggan di Danke Cafe Singaraja.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan serta menambah sampel yang lebih luas lagi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menambah teori-teori maupun referensi yang relevan sebagai acuan penulisan untuk kedepannya dan meningkatkan pengetahuan khususnya dalam ilmu pengetahuan manajemen dalam bidang pemasaran.

Bagi pihak Danke Cafe Singaraja, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para pelanggan, memberikan sikap yang ramah dan sopan kepada setiap pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa mendapatkan manfaat yang lebih dari kualitas pelayanan yang diberikan sehingga akan menimbulkan nilai yang baik dibenak pelanggan dan akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Daftar Rujukan

- Abdullatif. 2016. Pengaruh harapan pelanggan, nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada pengguna jasa kereta *commuterline* Jabodetabek. Skripsi. Fakultas Ekonomi Manajemen. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Chen, P.T., & Hu, H. H. 2016. How determinant attributes of service quality influence customer perceived value (An empirical investigation of the Australian Coffee Outlet Industry). Vol. 22. No. 4. *International Journal of Contemporary hospitality management*, 535-551.
- gunartik, & nainggolan, n. p. 2019. pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna perpustakaan (di Politeknik Negeri Batam), 3(2), 29-39.
- Hapsari, Raditha., Michael Clemes., David Dean. 2016. The mediating role of perceived value on the relationship between service quality and customer satisfaction: Evidence from Indonesian airline passengers. *ProcediaEconomics and Finance Journal*.35. 388-395.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jamaluddin, Misadora, M., & Andronicus, M. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Horasindo Wisatanusa Medan. II (2): 44-50.
- Kanthi, Y. A., Suharyono, & Kumadji, S. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. (Studi pada klinik dr. Sumakto, Sp. A.(K) di Malang). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 10(1), 34-35.
- Navaratnaseel, J., & Periyathampy, E. (2016). Impact of service quality on customer satisfaction: A Study on customers of Commercial Bank of Ceylon PLC Trincomalee District. Ssrn, (February 2014).

- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung (The Influence of service quality on customer satisfaction at JNE Branch in Bandung). *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Pratiwi, N.P.L and Seminary, N.K. (2015). *The Effect of service quality, trust and customer value on customer satisfaction. E-Journal of Management Unud*, Vol. 4, No. 5.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwihartuti, Koernia., & Bella Amalia. 2019. Nilai pelanggan sebagai hasil dari kualitas pelayanan: Survey terhadap pelanggan restoran Nobu Sushi dan Ramen. *Jurnal POLBAN*.
- Putra, I Made Yoga Ananda., & Ketut Rahyuda. (2018). Peran *perceived value* memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen: Studi pada Semu Jaen Restaurant Ubud. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, No.5, ISSN:2302-8912.
- Suariedewi, I Gusti Agung Ayu Mas., Eka Sulistyawati. 2016. Peran *perceived value* memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.12, ISSN:2302-8912.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi penelitian bisnis*. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta.
- Thyophoida dan Natanael. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Carrefour di ITC Mega Grosir Cabang Malang. *Jurnal Bisnis Perspektif (bip's)*, Vol. 1, No. 2, Juli 2016.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Yoon, Y., & Uysal, M. 2005. *An Examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A Structural model*. 26. 45-46.