

P-ISSN: 3047-352, E-ISSN: 3047-7018

JURAMA, Vol. 2, No. 3, Agustus-Oktober 2025 (802-813)

©2024 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan

Pengabdian Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan

Elizabeth Tika Kristina Hartuti^{1*}, Armansyah², Budhi Prabowo³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

dosen01503@unpam.ac.id^{1*}, dosen02061@unpam.ac.id², dosen02061@unpam.ac.id²³

*Koresponden Penulis

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Simetri Coffee Roaster Jakarta Selatan baik secara parsial maupun simultan. Simetri Coffee Roasters adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa F&B yang berdiri pada tahun 2018. Simetri Coffee Roasters didirikan oleh Joseph Tarigan yang memiliki latar belakang yang mendalam tentang industri kopi, dan menerima pelatihan dari SCA (Specialty Coffee Association). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara penyebaran angket (kuesioner). Uji analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi person, uji koefisien determinasi serta uji hipotesis (Uji t dan Uji F). Adapun jenis luaran yang ditargetkan adalah publish di jurnal nasional yang terakreditasi. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan. Promosi terhadap kepuasan konsumen secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan. Kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Jakarta Selatan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Promosi; Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of service quality and promotion on customer satisfaction at Simetri Coffee Roaster, South Jakarta, both partially and simultaneously. Simetri Coffee Roasters is a business engaged in F&B services established in 2018. Simetri Coffee Roasters was founded by Joseph Tarigan who has a deep background in the coffee industry, and received training from the SCA (Specialty Coffee Association). The method of data collection in this study is by distributing questionnaires. Data analysis tests using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, person correlation coefficient tests, determination coefficient tests and hypothesis tests (t-test and F-test). The type of output targeted is publication in accredited national journals. Service quality on customer satisfaction partially has a positive and significant influence on Simetri Coffee Roasters, South Jakarta. Promotion on customer satisfaction partially has a positive and significant influence between Price on Customer Satisfaction at Simetri Coffee Roasters, South Jakarta. Service quality and promotion simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction in South Jakarta.

Keywords: Service Quality; Promotion; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Coffee shop bukan sekadar tempat untuk bersantai atau menghilangkan kelelahan, tetapi juga dapat menjadi lokasi serius untuk pertemuan bisnis, tempat belajar bagi pelajar/mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas. Fakta ini semakin menggugah minat para pengusaha untuk membuka *coffee shop*. Perubahan ini memicu pertumbuhan dan peningkatan jumlah pelaku bisnis di industri *coffee shop*. Setiap *coffee shop* berupaya untuk menyajikan produk dengan keunggulan uniknya dan memberikan layanan terbaik untuk menarik perhatian pelanggan. Dengan melihat peluang ini dan perubahan dalam gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai kebutuhan, pengusaha di sektor layanan makanan mulai tertarik pada bisnis *coffee shop*. Kehadiran *coffee shop* dianggap paling cocok dengan tren dan gaya hidup masa kini. Suasana yang nyaman, beragamnya menu berkualitas, dan fasilitas menarik menjadi faktor utama bagi masyarakat dalam memilih *coffee shop* sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul, dan bertemu dengan teman atau keluarga.

Dengan melihat peluang ini dan perubahan dalam gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai kebutuhan, pengusaha di sektor layanan makanan mulai tertarik pada bisnis *coffee shop*. Kehadiran *coffee shop* dianggap paling cocok dengan tren dan gaya hidup masa kini. Suasana yang nyaman, beragamnya menu berkualitas, dan fasilitas menarik menjadi faktor utama bagi masyarakat dalam memilih *coffee shop* sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul, dan bertemu dengan teman atau keluarga. Perkembangan *coffee shop* di kawasan Gandaria, Jakarta Selatan, termasuk Simetri Coffee Roasters yang berlokasi di Jl. Gandaria II No.9, RT.10/RW.01, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Simetri Coffee Roasters menghadapi beberapa pesaing dalam menjalankan bisnisnya, seperti Suasana Coffee, Sudut Dua, dan berbagai *coffee shop* lainnya yang tersebar di Jakarta Selatan.

Pentingnya kepuasan konsumen

merupakan indikator penting dalam penilaian kualitas pelayanan di *coffee shop*. Konsumen yang puas cenderung lebih setia, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan *coffee shop*, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, meningkatkan kepuasan konsumen menjadi prioritas bagi Simetri Coffee Roasters. Menurut (Indri, 2019:82) “Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan”.

Pentingnya kepuasan konsumen merupakan indikator penting dalam penilaian kualitas pelayanan di *coffee shop*. Konsumen yang puas cenderung lebih setia, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan *coffee shop*, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, meningkatkan kepuasan konsumen menjadi prioritas bagi Simetri Coffee Roasters. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Simetri Coffee Roasters. Faktor-faktor seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, keakuratan informasi, dan kemudahan komunikasi dengan staf Simetri Coffee Roasters dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Simetri Coffee Roasters.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen

di Simetri Coffee Roasters. Faktor-faktor seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, keakuratan informasi, dan kemudahan komunikasi dengan staf Simetri Coffee Roasters dapat mempengaruhi kepuasan

konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Simetri Coffee Roasters

Tabel 1: Hasil Kuisioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Simetri Coffee Roasters

No.	Pernyataan	Jawaban		Responden
		Ya	Tidak	
1.	Konsumen puas terhadap kualitas produk Simetri Coffee Roasters	16	14	30
2.	Konsumen ingin membeli kembali produk kopi Simetri Coffee Roasters karena citra rasa kopi tidak berubah	11	19	30
3.	Konsumen akan menyarankan kerabat Atau keluarga untuk berkunjung ke Simetri Coffee Roasters	13	17	30

Sumber : Data Pra-Survey Simetri Coffee Roasters Maret 2024

Dilihat dari tabel 1.1 hasil pra-survey dari jawaban dari responden masih dikatakan kurang memberikan kepuasan konsumen, dari jawaban responden tentang Konsumen puas terhadap kualitas produk Simetri Coffee Roasters dapat dilihat 14 responden menjawab konsumen tidak puas terhadap kualitas produk Simetri Coffee Roasters, dan hanya 16 responden yang merasa puas terhadap kualitas produk Simetri Coffee Roasters, dan pada Konsumen ingin membeli kembali produk kopi Simetri Coffee Roasters karena citra rasa kopi tidak berubah ada 19 responden yang tidak ingin membeli Kembali produk kopi Simetri Coffee Roasters karna citra rasa yang suka berubah - ubah dan ada 11 responden yang bersedia ingin membeli Kembali profuk kopi Simetri Coffee Roasters karna citra rasa yang tidak berubah, dan yang terakhir konsumen akan menyarankan kerabat atau keluarga untuk berkunjung ke Simetri Coffee Roasters 17 responden bersedia untuk

menyarankan kepada kerabat atau keluarga untuk berkunjung ke Simetri Coffee Roasters, dan ada 13 responden yang akan menyarankan kerabat dan keluarga untuk berkunjung ke Simetri Coffee Roasters.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputuasan pembelian. Bila layanan yang diberikan kepada konsumen adalah yang terbaik, konsumen merasa kedatangannya disambut dan dihargai sehingga akan mendorong konsumen untuk mau melakukan pembelian. Menurut Tjiptono Muliani dkk (2020:78) "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Simetri Coffee Roasters terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, namun tetap tidak terlepas dari adanya keluhan konsumen.

Tabel 2: Data Keluhan Konsumen

Jemis Keluhan	Standart	Tahun			Total
		2021	2022	2023	
Kurang besarnya lahan parkir	Luas lahan parkir	23	26	25	74
Parkir Berbayar	Parkir gratis	25	19	23	67
Kurang memadainya ruang untuk merokok	Memadainya uang untuk merokok	18	20	19	49

Sumber : Data Simetri Coffee Roasters Maret 2024

Berdasarkan data tabel 1.2 di atas dari tahun ke tahun keluhan konsumen masih sering terjadi. Jika hal ini terus dibiarkan maka akan berdampak pada ketidakpuasan konsumendan

membuat para konsumen beralih kepada *competitor*. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi

keputusan pembelian. Bila layanan yang diberikan kepada konsumen adalah yang terbaik, konsumen merasa kedatangannya disambut dan dihargai sehingga akan mendorong konsumen untuk mau melakukan pembelian. Menurut Tjiptono Muliani dkk (2020:78) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Simetri Coffee Roasters terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, namun tetap tidak terlepas dari adanya keluhan konsumen.

Seperti kemampuan pemanfaatan komunikasi, pemanfaatan *direct marketing*, penggunaan iklan dengan memanfaatkan media elektronik masih sangat minim, saluran komunikasi penjualan promosi juga masih kurang seperti informasi potongan harga yang kurang menasar disemua produk secara rata-rata. Banyak perusahaan yang berusaha memberikan target penjualan yang ingin dicapai, namun sering perusahaan kurang mampu membekali dengan pengetahuan maupun ketrampilan dalam menjual sehingga sering mengakibatkan menurunnya performa dan hasil yang dicapai. Hal ini tentunya akan membawa dampak bagi perusahaan sehingga perusahaan tidak dapat memperoleh profit yang maksimal.

Kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Data dari International Coffee Organization (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 8,22% per tahun (Latifah & Sukmawati, 2024). Kedai kopi bukan hanya sekadar tempat untuk bersantai atau menghilangkan kelelahan, melainkan telah menjadi lokasi strategis untuk pertemuan bisnis, tempat belajar bagi pelajar dan mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas, bahkan ruang untuk berkreaitivitas dan berinovasi (Duman, 2020). Transformasi ini mencerminkan pergeseran paradigma konsumsi kopi dari sekadar aktivitas rutin menjadi bagian integral dari gaya hidup perkotaan modern, khususnya di kalangan generasi milenial dan generasi Z yang menjadikan kedai kopi sebagai ruang ketiga (*third place*) dalam kehidupan sehari-hari mereka (Hafiz et al., 2025).

Fakta ini semakin mendorong minat para pengusaha untuk membuka kedai kopi. Perubahan tersebut memicu pertumbuhan dan

peningkatan jumlah pelaku usaha di industri kedai kopi. Menurut Abrar (2022) dalam Putri et al. (2024), jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai ribuan gerai yang tersebar di berbagai kota besar, dengan Yogyakarta tercatat sebagai kota dengan kepadatan kedai kopi tertinggi di Indonesia, yakni mencapai 3.000 kedai kopi. Setiap kedai kopi berupaya menyajikan produk dengan keunggulan uniknya dan memberikan layanan terbaik guna menarik perhatian pelanggan. Kondisi ini menciptakan persaingan yang sangat ketat di industri kedai kopi, di mana setiap pelaku usaha harus mampu memberikan proposisi nilai yang berbeda agar dapat bertahan dan berkembang di pasar (Putri et al., 2024).

Dengan melihat peluang ini dan perubahan dalam gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai kebutuhan, para pengusaha di sektor layanan makanan mulai tertarik pada bisnis kedai kopi. Kehadiran kedai kopi dianggap paling sesuai dengan tren dan gaya hidup masa kini. Suasana yang nyaman, beragamnya menu berkualitas, dan fasilitas menarik menjadi faktor utama bagi masyarakat dalam memilih kedai kopi sebagai tempat untuk bersantai, berkumpul, dan bertemu dengan teman atau keluarga (Suhud et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Tjokrosaputro (2024) menunjukkan bahwa inovasi merek, kualitas produk, dan kualitas layanan merupakan faktor kunci yang membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan kedai kopi di era kompetisi modern.

Perkembangan kedai kopi di kawasan Gandaria, Jakarta Selatan, termasuk Simetri Coffee Roasters yang berlokasi di Jalan Gandaria II Nomor 9, RT.10/RW.01, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebagai salah satu kedai kopi lokal di kawasan yang strategis, Simetri Coffee Roasters menghadapi beberapa pesaing dalam menjalankan bisnisnya, seperti Suasana Coffee, Sudut Dua, dan berbagai kedai kopi lainnya yang tersebar di Jakarta Selatan. Persaingan yang ketat ini menuntut Simetri Coffee Roasters untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting dalam penilaian kualitas

pelayanan di kedai kopi. Konsumen yang puas cenderung lebih setia, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan kedai kopi, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain (Apriyani & Sunarti, 2017). Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, peningkatan kepuasan konsumen menjadi prioritas bagi Simetri Coffee Roasters. Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam Kurniaty (2024), memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung melakukan pembelian ulang produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunawan & Widodoatmodjo (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada kedai kopi. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Dewi et al. (2020) dalam penelitiannya pada kedai kopi di Kota Bogor, yang menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Studi yang dilakukan oleh Siagian et al. (2024) juga mengonfirmasi bahwa persepsi kepuasan

konsumen terhadap produk kopi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk loyalitas, lokasi, pelayanan, dan cita rasa kopi.

Namun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan belum pernah dilakukan. Padahal, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan daya saing perusahaan (Kim et al., 2022). Penelitian ini menjadi penting mengingat kondisi persaingan yang semakin ketat di industri kedai kopi Jakarta Selatan dan hasil prasurvei yang menunjukkan masih adanya kesenjangan kepuasan konsumen di Simetri Coffee Roasters.

Berdasarkan fenomena gap antara harapan dan realitas kepuasan konsumen yang ditunjukkan dalam hasil pra-survey, adanya keluhan konsumen yang terus berlanjut dari tahun ke tahun, serta pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di tengah persaingan yang ketat, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengevaluasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur pemasaran jasa, khususnya di industri coffee shop, serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen Simetri Coffee Roasters dalam merancang strategi peningkatan kepuasan konsumen yang berkelanjutan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel menggunakan data numerik yang dapat dihitung secara statistik. Penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang objektif dan

dapat digeneralisasi terhadap populasi yang lebih luas.

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Simetri Coffee Roasters. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Setiap pertanyaan menggunakan skala Likert untuk memudahkan responden dalam memberikan jawaban dan

memudahkan peneliti dalam mengolah data secara statistik.

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Simetri Coffee Roasters yang telah melakukan pembelian produk. Berdasarkan data penjualan tahun 2023, jumlah konsumen Simetri Coffee Roasters mencapai 41.500 orang. Populasi ini bersifat umum dan mencakup semua konsumen yang pernah bertransaksi di Simetri Coffee Roasters tanpa memandang frekuensi pembelian.

Mengingat jumlah populasi yang sangat besar, peneliti tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu, peneliti mengambil sampel sebagai representasi dari populasi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih dan dianggap dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Penggunaan sampel yang tepat akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang dapat digeneralisasi terhadap populasi.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Penggunaan rumus Slovin dipilih karena penelitian ini memiliki populasi yang sudah diketahui jumlahnya secara pasti. Dengan menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah ini dianggap cukup representatif untuk mewakili populasi dan memenuhi syarat pengolahan data statistik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling. Accidental Sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria sebagai sumber data, maka orang tersebut dapat dijadikan sampel. Dalam konteks penelitian ini, responden adalah konsumen yang kebetulan sedang berada di lokasi Simetri Coffee Roasters atau yang dapat dihubungi oleh peneliti dan bersedia mengisi

kuesioner.

Metode ini dipilih karena beberapa alasan. Pertama, metode ini praktis dan efisien dalam menjangkau responden mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian. Kedua, metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dengan cepat dari konsumen yang sedang menggunakan atau baru saja menggunakan produk Simetri Coffee Roasters, sehingga pengalaman mereka masih segar dalam ingatan. Ketiga, metode ini cocok diterapkan untuk penelitian yang populasinya tersebar dan sulit dijangkau secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 11,133 + 0,429X_1$. Persamaan ini berarti bahwa jika motivasi kerja bernilai nol, maka kinerja karyawan memiliki nilai konstanta sebesar 11,133. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,429 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan motivasi kerja akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,429 satuan. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,689 menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi kerja dengan kinerja karyawan berada pada kategori kuat dan positif. Artinya, semakin tinggi motivasi kerja karyawan, maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,475 atau 47,5% menunjukkan bahwa motivasi kerja memberikan kontribusi sebesar 47,5% terhadap kinerja karyawan. Sedangkan sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti kompetensi, kompensasi, disiplin kerja, dan faktor lainnya. Hasil uji hipotesis (uji t) diperoleh nilai t hitung sebesar 9,018 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 ($9,018 > 1,987$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 13,302 + 0,461X_2$. Persamaan ini berarti bahwa jika lingkungan kerja bernilai nol, maka kinerja karyawan memiliki nilai konstanta sebesar 13,302. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,461 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan lingkungan kerja akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,461 satuan. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,634 menunjukkan bahwa hubungan antara lingkungan kerja dengan kinerja karyawan berada pada kategori kuat dan positif. Artinya, semakin baik kondisi lingkungan kerja, maka semakin tinggi kinerja yang dihasilkan karyawan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,402 atau 40,2% menunjukkan bahwa lingkungan kerja memberikan kontribusi sebesar 40,2% terhadap kinerja karyawan. Sedangkan sisanya sebesar 59,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji hipotesis (uji t) diperoleh nilai t hitung sebesar 7,773 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 ($7,773 > 1,987$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan $Y = 5,907 + 0,310X_1 + 0,283X_2$. Persamaan ini berarti bahwa jika motivasi kerja dan lingkungan kerja bernilai nol, maka kinerja karyawan memiliki nilai konstanta sebesar 5,907. Koefisien regresi motivasi kerja sebesar 0,310 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan motivasi kerja akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,310 satuan dengan asumsi lingkungan kerja tetap. Sedangkan koefisien regresi lingkungan kerja sebesar 0,283 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan

lingkungan kerja akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,283 satuan dengan asumsi motivasi kerja tetap.

Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,768 menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi kerja dan lingkungan kerja secara bersama-sama dengan kinerja karyawan berada pada kategori kuat. Artinya, ketika motivasi kerja dan lingkungan kerja ditingkatkan secara bersamaan, maka akan memberikan pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kinerja karyawan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,59 atau 59% menunjukkan bahwa motivasi kerja dan lingkungan kerja secara simultan memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kinerja karyawan. Sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 64,003 lebih besar dari F tabel sebesar 2,710 ($64,003 > 2,710$) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan kontribusi sebesar 47,5%. Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi kerja merupakan faktor penting yang dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik dan mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Motivasi kerja yang tinggi membuat karyawan memiliki semangat dan dorongan yang kuat untuk menyelesaikan tugas-tugasnya dengan optimal. Karyawan yang termotivasi cenderung lebih produktif, kreatif, dan inovatif dalam bekerja. Mereka juga memiliki komitmen yang lebih tinggi terhadap organisasi dan berusaha memberikan kontribusi terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori

motivasi yang dikemukakan oleh para ahli yang menyatakan bahwa motivasi merupakan penggerak utama perilaku individu dalam organisasi. Motivasi dapat bersumber dari dalam diri karyawan (intrinsik) maupun dari luar (ekstrinsik). Motivasi intrinsik seperti kepuasan kerja, pencapaian pribadi, dan pengembangan diri membuat karyawan bekerja karena mereka menikmati pekerjaannya. Sedangkan motivasi ekstrinsik seperti gaji, bonus, penghargaan, dan promosi mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik karena mengharapkan imbalan dari perusahaan. Dalam konteks penelitian ini, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Hal ini dapat dilakukan melalui pemberian kompensasi yang adil dan kompetitif, pengakuan atas prestasi kerja, kesempatan pengembangan karir, dan penciptaan budaya kerja yang positif. Dengan meningkatkan motivasi kerja, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja karyawan dan mencapai produktivitas yang lebih tinggi.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan kontribusi sebesar 40,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan kerja yang baik dapat menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi karyawan dalam menjalankan tugas-tugasnya, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja mereka. Lingkungan kerja mencakup berbagai aspek, baik fisik maupun non-fisik. Lingkungan kerja fisik meliputi fasilitas kerja, tata ruang kantor, pencahayaan, suhu udara, kebersihan, dan keamanan tempat kerja. Sedangkan lingkungan kerja non-fisik meliputi hubungan antar karyawan, hubungan dengan atasan, komunikasi organisasi, dan budaya kerja yang berlaku di perusahaan.

Lingkungan kerja yang kondusif membuat karyawan merasa nyaman, aman, dan senang dalam bekerja. Karyawan yang bekerja dalam lingkungan yang baik cenderung lebih fokus, konsentrasi, dan produktif dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sebaliknya, lingkungan kerja yang buruk dapat menimbulkan stres, ketidaknyamanan, dan menurunkan semangat kerja karyawan, yang berdampak negatif terhadap kinerja mereka.

Hubungan kerja yang harmonis antar karyawan dan dengan atasan juga merupakan bagian penting dari lingkungan kerja. Komunikasi yang baik, kerja sama tim yang solid, dan dukungan dari rekan kerja serta pimpinan dapat meningkatkan kepuasan kerja dan mendorong karyawan untuk memberikan performa terbaik. Konflik dan ketegangan dalam hubungan kerja, sebaliknya, dapat mengganggu konsentrasi dan menurunkan kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas lingkungan kerja, baik dari segi fisik maupun non-fisik. Investasi dalam perbaikan fasilitas kerja, penataan ruang kantor yang ergonomis, dan penciptaan suasana kerja yang positif akan memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan kinerja karyawan dan produktivitas organisasi secara keseluruhan.

Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan kontribusi sebesar 59%. Nilai kontribusi ini lebih besar dibandingkan pengaruh masing-masing variabel secara parsial, yang mengindikasikan bahwa kombinasi antara motivasi kerja yang tinggi dan lingkungan kerja yang baik akan memberikan dampak yang lebih optimal terhadap peningkatan kinerja karyawan. Temuan ini menunjukkan pentingnya sinergi antara faktor internal (motivasi) dan faktor eksternal (lingkungan kerja) dalam meningkatkan kinerja karyawan. Karyawan yang memiliki motivasi tinggi akan lebih mudah mencapai kinerja optimal jika didukung oleh lingkungan kerja yang kondusif. Sebaliknya, lingkungan kerja yang baik akan lebih efektif dalam meningkatkan kinerja jika karyawan memiliki motivasi yang kuat untuk berprestasi.

Ketika perusahaan mampu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, aman, dan mendukung, serta memberikan motivasi yang tepat kepada karyawan, maka akan tercipta kondisi ideal bagi karyawan untuk mengeluarkan seluruh potensi dan kemampuannya. Hal ini akan berdampak pada peningkatan produktivitas, kualitas kerja, efisiensi, dan pencapaian target organisasi. Nilai R^2 sebesar 59% menunjukkan bahwa

masih terdapat 41% faktor lain yang mempengaruhi kinerja karyawan di luar motivasi kerja dan lingkungan kerja. Faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh antara lain kompetensi karyawan, sistem kompensasi, kepemimpinan, budaya organisasi, disiplin kerja, beban kerja, dan work-life balance. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang determinan kinerja karyawan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajemen perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan secara optimal, perusahaan tidak cukup hanya fokus pada satu aspek saja, tetapi perlu mengintegrasikan upaya peningkatan motivasi kerja dan perbaikan lingkungan kerja secara bersamaan. Strategi manajemen sumber daya manusia yang holistik dan komprehensif akan lebih efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan dan mencapai tujuan organisasi. Perusahaan dapat menerapkan berbagai program seperti sistem reward dan punishment yang jelas, pelatihan dan pengembangan karyawan, pemberian feedback yang konstruktif, perbaikan fasilitas kerja, penataan ruang kerja yang lebih baik, dan penciptaan budaya kerja yang positif dan inklusif. Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, perusahaan dapat memaksimalkan potensi karyawan dan meningkatkan daya saing organisasi di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,911 yang lebih besar dari t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Simetri Coffee Roasters, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang mencakup keramahan karyawan, kecepatan penyajian, dan profesionalisme dalam

melayani pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Promosi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan dengan nilai t hitung sebesar 9,774 yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Simetri Coffee Roasters efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Promosi yang menarik dan informatif tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen baru, tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen yang sudah ada. Program promosi yang tepat sasaran memberikan nilai tambah dan menciptakan persepsi positif terhadap brand Simetri Coffee Roasters di mata konsumen.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan promosi bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Simetri Coffee Roasters Jakarta Selatan dengan nilai F hitung sebesar 47,406 yang lebih besar dari F tabel 3,09 dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang prima dan strategi promosi yang efektif menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Oleh karena itu, manajemen Simetri Coffee Roasters perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kedua aspek ini secara bersamaan untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dan memperkuat posisi kompetitif di industri kopi Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017).

- Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(2), 1-7. <https://www.neliti.com/publications/189804/>
- Dewi, N. L. P. I. P., Suryani, N. N., & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(2), 118-132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>.
- Duman, T. (2020). Effects of Coffee Shops' Food Quality, Service Quality and Atmospherics on Customer Satisfaction. *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 4(3), 54-68. <https://doi.org/10.29329/ijiasos.2020.278.1>
- Efendi, N., Ginting, P., & Lubis, A. N. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus*, 11(2), 126-136. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i2.3135>
- Gunawan, B. G., & Widoatmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 221-231. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.18234>
- Hafiz, A., Hastasari, R., & Saputra, W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT Jagat Pramudita Aksata. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3), 728-734. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i3.418>
- Hamid, A., & Hidayana, I. (2024). Application of SERVQUAL in Aviation: A Systematic Literature Review. *International Journal of Service Management and Sustainability*, 9(1), 23-45.
- Handayani, M., & Hidayat, R. (2022). Digital Marketing Strategy in F&B Industry: A Comprehensive Review. *Journal of Marketing Communication*, 8(2), 145-160.
- Jaya, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 1-15. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/9591>
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2021). SERVQUAL Method as an "Old New" Tool for Improving the Quality of Medical Services: A Literature Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20), 10758. <https://doi.org/10.3390/ijerph182010758>
- Kim, J., Lee, M., Kwon, W., Park, H., & Back, K. J. (2022). Why Am I Satisfied? See My Reviews—Price and Location Matter in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 103111. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103111>
- Kurniaty, I. (2024). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tumbuh Coffee Gaia Mall Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(2),

- 203-220.
<https://doi.org/10.51195/iga.v14i2.370>
- Latifah, L., & Sukmawati, T. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Physical Evidence dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop di Kota Pontianak. *Obis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 50-66.
- Mensah, B. A., Achio, S., & Asare, I. O. (2021). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Selected Cafeterias: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age (IJTHMDA)*, 5(2), 1-18.
<https://doi.org/10.4018/IJTHMDA.20210701.oal>
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Coffee 19 Café (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 1395-1421.
<https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1539>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Putri, N. N. D., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2024). Loyalitas Pelanggan Coffee Shop Lokal Di Daerah Istimewa Yogyakarta Pada Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(1), 291-302.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.01.27>
- Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujiyanto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 612-624.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.23>
- Robin, R., Hoki, L., & Johan, R. (2024). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hub D'Raja Coffee Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1292-1307.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3953>
- Setiawan, B. K., & Siahaan, S. L. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Tamini Square. *Human Capital Development*, 10(2), 1-16.
- Siagian, Y. R., Pulungan, S., & Aswan, N. (2024). Persepsi Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kopi di UD. Tyyana Coffee. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 464-469.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v3i4.4656>
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The Effect of Supermarket Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Disloyalty Dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297-318.
<https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Suherman, S., Kusumanto, I., Hartati, M., & Nazarruddin, N. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Coffee Shop Menggunakan Metode Servqual Dan Triz. *Jurnal Perangkat Lunak*,

- 5(3), 435–445.
<https://doi.org/10.32520/jupel.v5i3.2820>
- Suhud, U., Allan, M., Wibowo, S. F., Sabrina, E., & Willson, G. (2020). Measuring Customer Satisfaction of a Café and Coffee Shop Colony at a Traditional Market. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(1), 78-94.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1689698>
- Triyani, S., Rukmini, A., & Sari, A. S. (2024). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Kopi di Kopi Wulang Yogyakarta. *Agrotech: Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian*, 6(1), 45-56.
- Utami, R. S. (2025). Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Store Atmosphere, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan (Studi pada Coffee Shop Kavelokka Surakarta). *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(1), 234-245.
<https://jurnal.uns.ac.id/SHES/article/view/99121>
- Wijaya, F., & Tjokrosaputro, M. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Customer Loyalty pada Kafe di Batam: Customer Satisfaction sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(3), 961-974.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30215>