

**PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
CUBICLE CAFE
(Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle Di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

HILDA FATMAWATI
NIM. 4118159

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
CUBICLE CAFE
(Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle Di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

HILDA FATMAWATI
NIM. 4118159

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hilda Fatmawati

NIM : 4118159

Judul Skripsi : **Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle di Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 5 Oktober 2022

Yang Menyatakan



Hilda Fatmawati

NOTA PEMBIMBING

Ade Gunawan, M.M.

Jl. Pahlawan No. 52 Kajen, Pekalongan

Lamp. : 2 (dua eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Hilda Fatmawati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.g. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : **Hilda Fatmawati**

NIM : **4118159**

Judul Skripsi : **Pengaruh Cira Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle di Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 5 Oktober 2022

Pembimbing



Ade Gunawan, M.M.

NIP. 198104252015031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Pahlawan Rowolaku Kajen Pekalongan, Tlp. (0285)412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.uingusdur.ac.id Email : febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **Hilda Fatmawati**
NIM : **4118159**
Judul : **Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle Di Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 28 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M.
NIP. 197910302006041018


M. Taufik Abadi, M.M.
NIP. 199108282019031007

Pekalongan, 31 Oktober 2022

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

*“Berpedomanlah pada harapan dan ketetapan hati, berpedomanlah pada cita-cita,
berpedomanlah pada impian dan angan-angan. .”*

Soekarno

*“Punya impian besar, harus siap dengan ujian yang besar. Yakin dan bergantunglah
pada yang Maha Besar.” –*

Rangga Umara

PERSEMBAHAN

Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Sulaiman (Alm) dan Ibu Uswatun Khasanah, sebagai tanda bukti rasa hormat dan rasa terima kasih saya atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.
2. Keluarga penulis, Inung Purwasih dan Tegar Maulana yang selalu memberi dukungan serta bimbingan.
3. Tunangan saya, Rudi Irwan yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta motivasi agar terus semangat.
4. Teman seperjuangan Putri, Lina, Gina, Dian, Sekar, Dila, Lia, Nana, Zani, dan Ais yang bersama-sama berjuang dan mendukung selama kuliah di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Sahabat penulis Eris, Meme, Disa, Herlina, Ervina, Mia, Zahro, Risma, Vina Shofa, dan Pipin yang telah memotivasi dan memberikan support selama menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya.

ABSTRAK

HILDA FATMAWATI. Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle di Pekalongan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen cubicle cafe (studi kasus pada konsumen muslim cubicle di Pekalongan).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang mempunyai sifat asosiatif, dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden yakni konsumen Muslim Cubicle Cafe di Pekalongan. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *sampling incidental*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yang diolah dengan bantuan SPSS 26..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

HILDA FATMAWATI. The Influence of Taste, Service Quality, and Facilities on Cubicle Cafe Consumer Satisfaction (Case Study on Muslim Cubicle Consumers in Pekalongan).

This study aims to determine the effect of taste, service quality, and facilities on customer satisfaction of cubicle cafe (a case study on Muslim cubicle consumers in Pekalongan).

The type of research used in this study is research that has an associative nature, using a quantitative research approach. Sources of data in this study using primary data collected through the distribution of questionnaires to 97 respondents, namely consumers of Muslim Cubicle Cafe in Pekalongan. The sampling technique used is incidental sampling. The data analysis used was multiple linear regression which was processed with the help of SPSS 26.

The results of this study indicate that partially Taste has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Partially Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Partially, the facility has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Simultaneously Taste, Service Quality, and Facilities have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Taste, Service Quality, Facilities, and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle di Pekalongan)**. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syyafaatnya dinanti-nantikan di akhirat kelak. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini telah mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak baik berupa dukungan, bimbingan, motivasi maupun materil. Maka pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Happy Sista Devy, M.M. selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ahmad Syukron, M.E.I. selaku wali dosen.

6. Ade Gunawan, M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, akan tetapi semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 20 Juli 2022

Penulis,



Hilda Fatmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka.....	28

C. Kerangka Berpikir	38
D. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Pendekatan Penelitian	43
C. Setting Penelitian	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Variabel Penelitian dan Operasional	45
F. Sumber Data	47
G. Teknik Pengumpulan Data	48
H. Metode Analisis Data	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum	57
B. Deskripsi Data dan Karakteristik Responden	58
C. Analisis Data.....	61
D. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	I

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

البِرْر = al-birr

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan hunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '//.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	46
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Cita Rasa.....	61
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Fasilitas	64
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas X1	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas X2	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas X3	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas X4.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Y	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74

Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	I
Lampiran 2 Data Responden.....	V
Lampiran 3 Data Mentah	VIII
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Statistik	XV
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	XVI
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XIX
Lampiran 7 Tabel r, Tabel T, Tabel F	XXI
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	XXXI
Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXXII
Lampiran 10 Riwayat Hidup Penulis	XXXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan zaman, kehidupan dan budaya manusia serta berkembangnya arus globalisasi menimbulkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat sosial menjadi cenderung lebih individual. Kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepaskan kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepaskan kepenatan itu biasanya dengan bersantai, makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman-teman komunitasnya.

Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis berantusias mengembangkan bisnisnya dibidang kuliner. Industri kuliner adalah bagian dari industri penunjang sektor pariwisata dan belakangan ini berkembang pesat. Apalagi tren wisata kuliner sudah menjadi gaya hidup di masyarakat (Harsana, Minta, Triwidayati, 2020). Alasan tersebut yang membuat banyak pebisnis kuliner baru bermunculan dan bersaing ketat dalam merebut pasar.

Dengan adanya peningkatan tersebut menjadikan persaingan semakin ketat yang mengakibatkan seorang pengusaha harus berinovasi untuk

mempertahankan usahanya. Bisnis kuliner memang semakin tumbuh subur dengan seiring perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup masyarakat yang ingin serba cepat saji (Harsana, 2013). Salah satu contoh bisnis kuliner yang masih ramai yaitu coffe shop.

Ketenaran kopi di Indonesia memang tidak bisa terlepas dari menjamurnya coffee shop. Perkembangan coffee shop di Indonesia dinilai sangat tinggi (Desrianto & Afridola, 2020), salah satunya yaitu di Pekalongan. Rasanya hampir setiap bulan ada saja coffe shop baru yang muncul di Pekalongan. Namun tidak semua coffe shop di Pekalongan banyak dikunjungi oleh konsumen, karena hanya coffee shop tertentu yang terlihat ramai pengunjung. Sebagian besar penduduk Indonesia adalah seorang muslim yang beragama Islam, sehingga konsumen muslim di Indonesia cukup banyak, apalagi di Pekalongan yang lebih dikenal dengan kota santri.

Bagi para penyuka kopi, mengunjungi satu per satu coffe shop untuk merasakan cita rasa kopi yang disajikan sudah menjadi agenda wajib yang sangat menyenangkan untuk dilakukan (Surahman & Winarti, 2021). Untuk itu, seorang wirausaha harus mampu memberikan inovasi yang tepat, karena inovasi yang tepat akan dapat menyukseskan kegiatan bisnis kuliner yang di jalankan. Dalam meningkatkan persaingan, masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut yaitu dengan memberikan yang terbaik agar dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen,

harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan yang akan datang (Aini & Izzah, 2021). Kepuasan konsumen di sebuah coffee shop dipengaruhi beberapa hal, seperti Cita Rasa yang terjamin, kualitas pelayanan, lokasi, keterjangkauan harga, fasilitas dan lain-lain.

Cubicle cafe adalah salah satu bisnis coffee shop yang sudah berdiri cukup lama di wilayah Pekalongan yaitu berdiri pada tahun 2018, sudah cukup banyak pelanggan yang menikmati hidangan di coffee shop ini. Semakin banyaknya persaingan, cita rasa produk menjadikan konsumen lebih kritis dalam memilih produk minuman dan makanan yang akan mereka konsumsi. Hal ini yang membuat para pelaku usaha, khususnya perusahaan yang bergerak dibidang kuliner menjadikan cita rasa merupakan faktor yang penting untuk mempertahankan konsumen.

Cita Rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampilan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu (Anggraini, Nazihah, 2020). Konsumen akan merasa puas jika produk yang disajikan memiliki kualitas rasa yang enak atau lezat ketika dikonsumsi, dan cenderung akan membeli produk yang sama kembali. Sebaliknya jika kualitas rasa pada suatu produk yang disajikan tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen, maka bukan tidak mungkin konsumen merasa kecewa dan tidak ingin kembali membeli produk yang sama untuk kedua kalinya. Cita rasa yang diberikan pada coffee shop ini cukuplah memanjakan lidah, karena dengan cita rasa yang baik para konsumen merasakan kepuasan tersendiri sehingga sesuai dengan harapan konsumen.

Relevan dengan penelitian (Muzdalifah, 2019) yang menjelaskan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Seiring berjalannya waktu, *caffe shop* ini sudah memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik untuk memuaskan para konsumen mulai dari penyajian yang cepat dan para karyawan yang ramah dan bersahabat. Karena kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2008).

Namun, hasil penelitian terkait dengan permasalahan diatas belum memberikan kepastian, yaitu adanya gap dari hasil yang berbeda, seperti yang dilakukan (Indra Firdiyansyah, 2017) yang menguatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Maemunah (2019) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu kualitas pelayanan berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Persaingan dalam usaha *caffe shop* yang semakin ketat, pelaku bisnis *caffe shop* pun semakin meningkatkan kualitas rasa makanan mereka dan pelayanan yang lebih baik untuk konsumen. Perusahaan juga meningkatkan fasilitas yang sudah ada. Mulai dari merenovasi *cafe* dengan interior, desain, dan suasana dalam *cafe* yang cenderung tenang, menyediakan Wifi, lahan

parkir yang luas, toilet, tempat makan yang nyaman serta adanya live musik setiap minggunya. Sehingga pengunjung dapat dengan nyaman melakukan aktifitasnya dan menikmati kopi pilihannya. Selain itu dengan harapan konsumen puas dengan apa yang telah disediakan disuatu tempat (Owner, 2021). Fasilitas yang memenuhi harapan konsumen akan membuat konsumen merasa puas. Relevan dengan penelitian (Gustriana, 2019) yang menjelaskan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan wawancara, menurut pemilik cubicle cafe saat ini pengunjung yang datang mengalami penurunan pada tahun 2021. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan maupun ketidakpuasan pelanggan. Menyadari peran penting konsumen dan kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen.

Tabel 1.1
Data pengunjung Cubicle Caffe
Periode 2019-2021



No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2019	6.213
2.	2020	6.125
3.	2021	5.507

Sumber : Owner Cubicle Caffe

Karena banyaknya caffe shop yang ada di Pekalongan sekarang ini menjadikan bahan keputusan konsumen untuk memilih caffe shop tertentu. Pemilik caffe shop berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan kosumen, baik itu cita rasa makanan dan minuman, kualitas pelayanan, fasilitas, maupun harga, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui **“Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Cubicle Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Cubicle di Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Cubicle Cafe di Pekalongan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Cubicle Cafe di Pekalongan?
3. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Cubicle Cafe di Pekalongan?
4. Apakah Cita Rasa, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen muslim Cubicle Cafe di Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe di Pekalongan
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe di Pekalongan
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe di Pekalongan
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe di Pekalongan.

2. Manfaat penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Pemilik Cubicle Cafe

Riset ini dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemilik Cubicle Cafe dalam mengembangkan strategi menghadapi

persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

b. Bagi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Riset ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti

Peneliti memiliki kesempatan untuk menciptakan ilmu dan teori-teori yang didapatkan semasa perkuliahan sehingga dapat memahami tingkah laku konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan proposal penelitian ini, maka pembahasannya dibagi secara sistematis, bertujuan untuk memperluas gambaran secara umum tentang hal-hal yang diuraikan dalam pembahasan lebih lanjut. Adapun sistematika penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Isi dari bagian pendahuluan ini memaparkan mengenai latar belakang masalah serta sebagai alasan penelitian ini diadakan. Rumusan masalah yang berisi pertanyaan terkait masalah penelitian. Tujuan penelitian dan manfaat penelitian dengan harapan penelitian ini bisa berguna untuk banyak pihak, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori. Mencakup teori-teori sesuai kebutuhan penelitian ini serta review pada riset terdahulu yang sesuai dengan penelitian dan dijadikan dasar untuk memecahkan rumusan masalah pada penelitian. Pada bagian ini terdapat kerangka pemikiran peneliti terkait penelitian dan hipotesis penelitian untuk memberikan jawaban sementara pada pokok permasalahan.

BAB III Metodologi Penelitian. Bab ini memaparkan berbagai metode penelitian didalamnya. Terdapat jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini memaparkan hasil analisis data-data penelitian yang sudah dilakukan pengolahan, berikutnya diinterpretasikan secara sederhana guna menjawab persoalan pokok dalam perumusan masalah.

BAB V Simpulan. Kesimpulan yang berlandaskan dari hasil analisis pada pengolahan data serta mencakup pembahasan yang dipaparkan di dalam penelitian ini, serta memuat keterbatasan penelitian yang dilakukan dan berisikan saran untuk peneliti di masa mendatang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian pada variabel Cita Rasa diperoleh $t_{\text{hitung}} 2,368 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dengan nilai signiikan $0,020 < 0,05$ dan nilai koefisien B yang positif sebesar 0,211. Hal ini menginterpretasikan bahwa diterimanya H_1 dan ditolakny H_{01} . Sehingga dapat dinyatakan bahwa Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe Pekalongan.
2. Dari hasil pengujian pada variabel Kualitas Pelayanan diperoleh $t_{\text{hitung}} 4,791 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dengan nilai signiikan $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien B yang positif sebesar 0,511. Hal ini menginterpretasikan bahwa diterimnya H_2 dan ditolakny H_{02} . Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe Pekalongan.
3. Dari hasil pengujian pada variabel Fasilitas $t_{\text{hitung}} 3,097 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dengan nilai signiikan $0,003 < 0,05$ dan nilai koefisien B yang positif sebesar 0,335. Hal ini menginterpretasikan bahwa diterimnya H_3 dan ditolakny H_{03} . Sehingga dapat dinyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe Pekalongan.

4. Berdasarkan hasil uji F nilai $f_{hitung} 54,919 > f_{tabel} 2,70$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menginterpretasikan bahwa diterimnya H_5 dan ditolaknya H_0 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Cubicle Cafe Pekalongan.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Produsen, diharapkan dapat menjaga Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang sudah pasti perusahaan miliki, , serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dari produk yang diproduksi. Karena semakin baiknya produk yang diproduksi serta sesuai dengan keinginan yang dibutuhkan pembeli, maka dapat menimbulkan meningkatnya kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian ulang di Cubicle Cafe terutama pada masyarakat Pekalongan.
2. Bagi peneliti mendatang, diharapkan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian yang serupa pada tempat atau lokasi yang berbeda, dengan menambahkan penggunaan variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, G., Sianturi, E., Muliani, L., Pridia, H., & Sari, R. (2021). Pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen ragusa es krim italia. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49.
- Aini, L. N., & Izzah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada the Body Shop Botani Square Mall Bogor). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 447–455.
- Anggraini, Nazihah, A. (2020). Pengaruh Kecepatan Layanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Café Intermezzo Medan. *Skripsi: Universitas Medan Area*.
- Chairudin Sofyan, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada WHT'S UP Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Daniel, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran (Pendekatan)*. Penerbit Graha Ilmu.
- Gustriana, N. (2019). *Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Prasmanan Sederhana 1 Tegalgede Cikarang Selatan*. Skripsi. Universitas Pelita Bangsa Bekasi.
- Harsana, Minta, Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D.I. Yogyakarta. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 15, 1–24.
- Harsana, M. (2013). Peluang Usaha Kuliner untuk Pemberdayaan Masyarakat. *Seminar Nasional 2013 “Kesiapan SMK Dalam Implementasi Kurikulum 2013” Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, 418–427.
- Imam Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ina Mur Diana. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Viola Ladies Boutique di Yogyakarta. *Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.

- Indra Firdiyansyah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektomik Rekaman*, 1(1).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge*. Unitomo Press.
- Kotler and Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Tiga Belas). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. W. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Ketiga Belas). Gelo Aksara Pratama.
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Luthfi, M. (2019). Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. *Madani Syari'ah*, 2(2), 65–78.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Muzdalifah. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar. *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian*. 11(44), 129–141.
- Pradana, Syarifah, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Samarinda. *Jurnal Ekonomi&Manajemen*, 14(1).
- Rahayu, S. (2019). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata Anugrah Jaya*.
- Sari, I. N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sawasdee Thai Seafood Restaurant Multatuli*.
- sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.))*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Suhartanto, A. Y., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, Dan Word of Mouth. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–18.
- Surahman, B., & Winarti, W. (2021). Analisis Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan HR Coffe SP. Empat Bebesen. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 26–45. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v3i2.70>
- Swasta, B. I. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Ketiga)*. Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Andihil.
- Wuntu, C. R. A. (2013). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.