Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 23047-23056

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di FTW Coffee Batam

Aliyyah Dewi Azra[1], Sabri[2], MuhammadYusuf[3]

[1,2,3]Ibnu Sina University

Corresponding Author: Aliyyah Dewi Azra, e-mail: aliyyahdewia@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung pada FTW Coffee Batam. Dalam industri coffee shop yang semakin kompetitif, kepuasan pengunjung menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan usaha, sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya.
Metode. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung FTW Coffee Batam dengan jumlah sampel sebanyak 89 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS.
Hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 59,0% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.
Kesimpulan. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung pada FTW Coffee Batam. Oleh karena itu, pengelola perlu meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki fasilitas, serta menetapkan harga yang sesuai agar mampu meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

Kata kunci: kualitas pelayanan; fasilitas; harga; kepuasan pengunjung

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia, khususnya pada sektor coffee shop, mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Coffee shop tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang digunakan untuk berbagai aktivitas, seperti bekerja, berdiskusi, hingga bersantai (Oktoriani, 2026). Perubahan fungsi ini menyebabkan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha, sehingga setiap bisnis dituntut untuk mampu memberikan nilai tambah yang dapat menarik dan mempertahankan pengunjung.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, kepuasan pengunjung menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Kepuasan pengunjung mencerminkan sejauh mana pengalaman yang dirasakan sesuai dengan harapan yang dimiliki. Apabila pengalaman yang diterima melebihi harapan, maka pengunjung cenderung merasa puas dan berpotensi untuk melakukan kunjungan ulang (Ananda et al., 2026). Sebaliknya, apabila pengalaman yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka akan muncul ketidakpuasan yang dapat berdampak pada penurunan minat berkunjung kembali.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengunjung adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung. Dalam konteks coffee shop, interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi terhadap kualitas layanan (Yusuf et al., 2026). Pelayanan yang kurang optimal, seperti lambatnya penyajian atau kurangnya profesionalitas karyawan, dapat menurunkan tingkat kepuasan pengunjung.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga memiliki peran penting dalam menciptakan kenyamanan pengunjung. Fasilitas yang memadai, seperti kenyamanan tempat duduk, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti jaringan internet dan stop kontak, menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh pengunjung (Deny, 2025). Coffee shop saat ini tidak hanya dinilai dari produk yang ditawarkan, tetapi juga dari kenyamanan tempat yang disediakan sebagai bagian dari pengalaman konsumsi.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah harga. Harga tidak hanya dipandang sebagai nilai nominal yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai representasi dari nilai yang diterima oleh pengunjung. Pengunjung cenderung menilai apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas yang diperoleh (Ramadhan et al., 2025). Ketidaksesuaian antara harga dan manfaat yang dirasakan dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung.

FTW Coffee Batam sebagai salah satu coffee shop yang beroperasi di Kota Batam menghadapi tantangan persaingan yang cukup tinggi. Berdasarkan pengamatan awal, masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pengunjung dengan pengalaman yang mereka rasakan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Purwanto, 2025). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji ketiga variabel tersebut pada konteks coffee shop di Kota Batam masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung di FTW Coffee Batam, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas layanan serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan industri coffee shop.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei (Babbie, 2024). Pendekatan ini dipilih karena penelitian diarahkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung melalui data numerik yang dianalisis secara statistik. Penelitian dilaksanakan pada FTW Coffee Batam yang berlokasi di kawasan Batam Kota. Waktu penelitian berlangsung pada periode November 2025 sampai April 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli produk di FTW Coffee Batam. Berdasarkan data rata-rata penjualan, jumlah populasi diperkirakan sebanyak 800 pengunjung per bulan. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin (Creswell, 2023), sehingga diperoleh sampel sebanyak 89 responden. Responden dipilih dengan mempertimbangkan keterwakilan pengunjung yang pernah melakukan pembelian di FTW Coffee Batam.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Flick, 2023). Variabel kualitas pelayanan diukur melalui indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel fasilitas diukur melalui indikator pertimbangan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya dan warna, serta pesan visual. Variabel harga diukur berdasarkan indikator yang digunakan dalam naskah penelitian, sedangkan variabel kepuasan pengunjung diukur melalui indikator kepuasan terhadap produk, pelayanan, harga, promosi, dan hubungan dengan pelanggan.

Sebelum digunakan dalam analisis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas (Kumar, 2023). Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi jawaban responden (Neuman, 2022). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, sehingga instrumen layak digunakan dalam penelitian.

Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS. Tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik, yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu, data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial, uji F untuk melihat pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Buchanan & Bryman, 2022).

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 89 orang pengunjung FTW Coffee Batam. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 47 orang (52,8%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 42 orang (47,2%). Komposisi ini menunjukkan bahwa pengunjung FTW Coffee Batam berasal dari dua kelompok jenis kelamin yang relatif seimbang, meskipun perempuan sedikit lebih dominan.

Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 23-25 tahun sebanyak 28 orang (31,5%). Selanjutnya, responden berusia di atas 30 tahun berjumlah 25 orang (28,1%), usia 26-30 tahun sebanyak 24 orang (27,0%), dan usia 20-22 tahun sebanyak 12 orang (13,5%). Sebaran ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berada pada kelompok usia muda dan usia produktif, yang sejalan dengan karakteristik umum konsumen coffee shop sebagai ruang berkumpul, bekerja, dan bersantai.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan S1 sebanyak 42 orang (47,2%). Responden dengan pendidikan SMA/SMK berjumlah 18 orang (20,2%), pendidikan S2 sebanyak 17 orang (19,1%), dan pendidikan Diploma sebanyak 12 orang (13,5%). Data ini menunjukkan bahwa pengunjung FTW Coffee Batam didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan yang relatif tinggi, sehingga penilaian terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan kepuasan cenderung diberikan secara cukup rasional dan kritis.

Secara umum, karakteristik responden memperlihatkan bahwa FTW Coffee Batam memiliki daya tarik bagi pengunjung dari latar belakang yang beragam, terutama kalangan dewasa muda dengan tingkat pendidikan yang cukup baik. Kondisi ini memberikan dasar yang memadai bagi penelitian untuk menggambarkan persepsi pengunjung terhadap variabel yang diteliti.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Uji instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kuesioner layak digunakan (Bell & Waters, 2022). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan kepuasan pengunjung memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel 0,208, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu kualitas pelayanan 0,884, fasilitas 0,871, harga 0,836, dan kepuasan pengunjung 0,892. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Uji asumsi klasik diawali dengan uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, yang menghasilkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Selain itu, uji multikolinearitas juga menunjukkan hasil yang baik karena seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas (Schutt, 2021).

Selanjutnya, uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga masing-masing sebesar 0,282, 0,335, dan 0,390, seluruhnya lebih besar dari 0,05. Hasil ini menandakan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Secara keseluruhan, hasil uji instrumen dan asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi dan pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Melalui analisis ini, dapat dilihat arah hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sekaligus diketahui variabel mana yang memberikan kontribusi lebih kuat dalam model penelitian. Pengolahan data dilakukan menggunakan bantuan SPSS dengan memasukkan kualitas pelayanan sebagai variabel X1, fasilitas sebagai variabel X2, harga sebagai variabel X3, dan kepuasan pengunjung sebagai variabel Y (Bryman, 2021).

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6{,}842 + 0{,}312X1 + 0{,}267X2 + 0{,}285X3 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 6,842 menggambarkan tingkat dasar kepuasan pengunjung ketika kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan. Koefisien regresi 0,312 pada kualitas pelayanan menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan diikuti kenaikan kepuasan pengunjung sebesar 0,312, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien 0,267 pada fasilitas berarti bahwa perbaikan fasilitas sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,267. Selanjutnya, koefisien 0,285 pada harga menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengunjung terhadap harga, maka kepuasan pengunjung juga cenderung meningkat sebesar 0,285 untuk setiap kenaikan satu satuan.

Secara keseluruhan, hasil regresi memperlihatkan bahwa ketiga variabel independen memiliki arah pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, peningkatan kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas yang lebih baik, dan penetapan harga yang dinilai sesuai oleh pengunjung sama-sama mendorong kenaikan tingkat kepuasan (Yin, 2020). Dari nilai koefisien regresi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar, diikuti harga, kemudian fasilitas. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks FTW Coffee Batam, pengalaman layanan yang diterima pengunjung menjadi faktor yang paling kuat dalam membentuk kepuasan, meskipun kenyamanan fasilitas dan kesesuaian harga tetap berperan penting dalam model penelitian (Ramadhan et al., 2025).

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga, secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Pengujian ini penting karena tidak semua variabel yang diuji bersama-sama selalu menunjukkan kekuatan pengaruh yang sama ketika dilihat secara individual (Purwanto, 2025). Dasar pengambilan keputusan dalam uji t pada penelitian ini adalah nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen:

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	6,842	2,115	-	3,234	0,002
Kualitas Pelayanan (X1)	0,312	0,108	0,338	2,889	0,005
Fasilitas (X2)	0,267	0,097	0,301	2,753	0,007
Harga (X3)	0,285	0,091	0,326	3,132	0,002

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26.0

Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel 1, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi 0,005 dengan nilai t sebesar 2,889. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan kata lain, semakin baik pelayanan yang diterima pengunjung, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan (Putra et al., 2025).

Variabel fasilitas juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan nilai t sebesar 2,753 dan signifikansi 0,007. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas yang lebih memadai, nyaman, dan sesuai kebutuhan pengunjung turut mendorong meningkatnya kepuasan. Sementara itu, variabel harga memiliki nilai t sebesar 3,132 dengan signifikansi 0,002, yang berarti harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Di antara ketiga variabel tersebut, harga menunjukkan nilai t paling besar, sehingga dapat dipahami sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling kuat secara parsial dalam model ini (Sabri et al., 2025). Secara keseluruhan, hasil uji t menegaskan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga masing-masing memberikan kontribusi nyata terhadap pembentukan kepuasan pengunjung di FTW Coffee Batam.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Pengujian ini digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan, sehingga dapat diketahui apakah kombinasi seluruh variabel independen mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen (Sabri, 2025). Dalam penelitian ini, dasar pengambilan keputusan menggunakan nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa model memiliki pengaruh simultan yang signifikan:

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.185,760	3	728,587	35,412	0,000
Residual	1.749,240	85	20,579		
Total	3.935,000	88			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26.0

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 35,412 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memiliki kemampuan yang baik untuk menjelaskan variasi kepuasan pengunjung berdasarkan ketiga variabel independen yang diuji (Prima et al., 2025).

Temuan tersebut menegaskan bahwa kepuasan pengunjung tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh gabungan beberapa aspek yang saling berkaitan. Dalam konteks FTW Coffee Batam, pelayanan yang baik, fasilitas yang mendukung, dan harga yang dinilai sesuai menjadi kombinasi penting yang secara bersama-sama membentuk pengalaman pengunjung (Yusuf, 2025). Dengan demikian, upaya meningkatkan kepuasan pengunjung akan lebih efektif apabila dilakukan secara terpadu melalui perbaikan ketiga aspek tersebut secara bersamaan, bukan hanya berfokus pada satu variabel saja.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Nilai ini menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam model regresi terhadap perubahan variabel dependen (Sabri et al., 2024). Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti:

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	0,768	0,590	0,575	4,536

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26.0

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai R Square sebesar 0,590 dan Adjusted R Square sebesar 0,575. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 57,5% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam studi ini.

Nilai tersebut mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang cukup kuat. Artinya, ketiga variabel yang digunakan sudah relevan dalam menjelaskan kepuasan pengunjung, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi, seperti suasana tempat, kualitas produk, promosi, maupun pengalaman pribadi pengunjung (Anhar et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bahwa peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang sesuai dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Discussion

Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Temuan ini menegaskan bahwa dalam bisnis coffee shop, kualitas interaksi layanan masih menjadi penentu utama dalam membentuk pengalaman konsumen. Pengunjung tidak hanya menilai produk yang diterima, tetapi juga cara mereka dilayani, kecepatan respons, ketepatan pesanan, keramahan karyawan, dan kesediaan staf membantu ketika terjadi kendala. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengunjung menilai pengalaman berkunjung mereka sebagai pengalaman yang memuaskan (Yusuf & Maizar, 2023).

Urgensi penelitian ini terletak pada kondisi empiris FTW Coffee Batam yang dalam naskah penelitian ini digambarkan masih menghadapi persoalan pelayanan, seperti layanan yang dinilai lambat dan perilaku karyawan yang belum sepenuhnya profesional. Kondisi tersebut menjadikan penelitian ini penting, karena kualitas pelayanan bukan hanya variabel teoritis, melainkan persoalan nyata yang secara langsung berhubungan dengan keberlanjutan usaha (Lumempow et al., 2023). Pada industri coffee shop yang sangat bergantung pada pengalaman pelanggan, kelemahan pelayanan berpotensi menurunkan kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini sejalan dengan penelitian Muhammad Cahya Hadi Sudrajad dan Imam Sukwatus Suja'i (2023) serta Galih Utama Hariaji dan Setia Iriyanto (2020) yang sama-sama menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun, kelebihan penelitian ini dibanding penelitian tersebut terletak pada konteks objek dan fokus masalah. Penelitian ini tidak sekadar menguji hubungan antarvariabel pada usaha kopi secara umum, tetapi menempatkan kualitas pelayanan pada situasi nyata ketika objek penelitian sedang menghadapi evaluasi negatif dari pengunjung. Artinya, penelitian ini lebih aplikatif karena berangkat dari masalah operasional yang aktual, bukan semata dari model konseptual.

Research gap penelitian ini muncul dari perbedaan antara gambaran teoritis dan keadaan lapangan. Banyak penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum berkontribusi pada kepuasan, tetapi belum semuanya membahas bagaimana variabel ini bekerja ketika kualitas layanan justru sedang dinilai menurun oleh konsumen (Maulidiah et al., 2023). Novelty penelitian ini terletak pada pengujian kualitas pelayanan bersama fasilitas dan harga pada FTW Coffee Batam sebagai coffee shop di Batam yang berada dalam persaingan ketat dan menghadapi perubahan ekspektasi konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memberi kontribusi baru karena menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi faktor dominan bahkan pada objek yang sedang menghadapi tantangan pelayanan secara nyata.

Hipotesis 2: Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa coffee shop saat ini tidak lagi dipandang

hanya sebagai tempat membeli minuman, tetapi juga sebagai ruang aktivitas yang menuntut kenyamanan (Sudrajad & Sujai, 2023). Pengunjung mempertimbangkan kualitas tata ruang, kenyamanan duduk, pencahayaan, kebersihan, ketersediaan stop kontak, dan dukungan internet sebagai bagian dari pengalaman yang mereka bayar. Oleh sebab itu, fasilitas yang baik tidak hanya menjadi unsur pelengkap, tetapi menjadi komponen penting dalam pembentukan kepuasan.

Urgensi penelitian ini cukup kuat karena dalam penelitian ini dijelaskan bahwa FTW Coffee Batam masih memiliki kekurangan pada aspek fasilitas, seperti kualitas jaringan internet yang kurang optimal dan keterbatasan stop kontak, khususnya pada area tertentu. Masalah ini relevan dengan perilaku konsumen coffee shop modern yang sering menggunakan kafe untuk bekerja, belajar, atau melakukan pertemuan. Dalam situasi seperti ini, fasilitas yang kurang mendukung dapat mengurangi kenyamanan, sekaligus melemahkan persepsi positif terhadap usaha (Nanda et al., 2023). Karena itu, pengujian fasilitas menjadi penting agar manajemen mengetahui bahwa peningkatan kepuasan tidak hanya bergantung pada layanan manusia, tetapi juga pada dukungan lingkungan fisik.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Deny (2025), Andari dan Mulyantomo (2020), serta Anhar dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Meski demikian, penelitian ini memiliki kelebihan dibanding penelitian terdahulu karena tidak membahas fasilitas secara umum, melainkan menempatkannya pada konteks coffee shop yang multifungsi. Penelitian ini lebih dekat dengan kebutuhan konsumen masa kini, yaitu ketika pengunjung menilai fasilitas bukan hanya dari sisi estetika, tetapi juga dari fungsi dan kenyamanan penggunaannya. Ini membuat hasil penelitian menjadi lebih kontekstual terhadap perubahan gaya hidup pelanggan.

Gap penelitian terletak pada masih terbatasnya kajian yang menyoroti fasilitas sebagai masalah aktual dalam coffee shop yang sedang berkembang, khususnya di Batam. Sebagian penelitian sebelumnya menegaskan pengaruh fasilitas, tetapi belum banyak yang menautkannya secara spesifik dengan kebutuhan pengunjung modern yang menjadikan coffee shop sebagai ruang produktif (Ariyanti et al., 2022). Novelty penelitian ini terdapat pada penempatan fasilitas sebagai bagian dari pengalaman konsumsi yang lebih luas, bukan sekadar unsur fisik penunjang. Dengan begitu, penelitian ini memberi pemahaman baru bahwa pada coffee shop modern, kualitas fasilitas dapat menjadi faktor strategis yang secara langsung membentuk kepuasan pengunjung.

Hipotesis 3: Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Ini berarti kepuasan tidak hanya dibangun oleh pelayanan dan fasilitas, tetapi juga oleh persepsi pengunjung mengenai kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diterima (Sulistiono et al., 2022). Dalam konteks coffee shop, harga dipahami tidak hanya sebagai nominal pembayaran, melainkan juga sebagai ukuran keadilan dan value for money. Ketika pengunjung merasa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas produk, layanan, dan suasana yang diperoleh, maka kepuasan mereka cenderung meningkat.

Urgensi penelitian ini terletak pada temuan awal dalam penelitian ini bahwa FTW Coffee Batam masih menghadapi persoalan terkait harga, yaitu adanya kesenjangan antar menu dan penilaian bahwa harga belum sepenuhnya dirasakan optimal oleh pengunjung. Dalam industri coffee shop yang sangat kompetitif, harga menjadi faktor sensitif karena pelanggan dengan mudah membandingkan satu tempat dengan tempat lain (Sutrisno et al., 2022). Penelitian ini penting dilakukan karena membantu menjelaskan bahwa harga tidak dapat dipisahkan dari persepsi kepuasan; bahkan ketika pelayanan dan fasilitas cukup baik, harga yang dianggap tidak sepadan tetap dapat mengurangi penilaian positif pengunjung.

Hasil ini mendukung penelitian Sofyan dkk. (2019) dan penelitian Pelayanan dkk. (2018) yang memperlihatkan bahwa harga memiliki kontribusi dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Akan tetapi, kelebihan penelitian ini dibanding penelitian terdahulu terletak pada fokusnya yang lebih spesifik pada FTW Coffee Batam sebagai objek dengan persoalan harga yang nyata. Penelitian ini tidak hanya menguji harga sebagai salah satu variabel umum pemasaran, tetapi melihatnya sebagai persoalan praktis yang langsung dihadapi oleh pengelola dalam menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan usaha sejenis.

Gap penelitian berada pada keterbatasan studi terdahulu yang umumnya membahas harga dalam konteks kafe atau usaha jasa secara umum tanpa mengaitkannya dengan dinamika persepsi nilai pada coffee shop modern (Andari & Mulyantomo, 2020). Novelty penelitian ini terletak pada cara harga ditempatkan sebagai bagian dari keseluruhan pengalaman pengunjung, bukan sekadar biaya transaksi. Dengan demikian, penelitian ini memberi nilai tambah karena menunjukkan bahwa strategi harga pada coffee shop harus dipahami sebagai strategi pembentukan kepuasan, bukan hanya strategi penjualan.

Hipotesis 4: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Desrianto & Afridola, 2020). Temuan ini memperlihatkan bahwa kepuasan pengunjung merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman yang mereka terima selama berkunjung. Pengunjung tidak menilai satu aspek secara terpisah, melainkan membentuk kepuasan dari kombinasi layanan yang diterima, kenyamanan fasilitas yang dirasakan, serta harga yang mereka bayarkan. Karena itu, pendekatan yang parsial dalam pengelolaan coffee shop cenderung kurang efektif jika dibandingkan dengan perbaikan yang dilakukan secara terpadu.

Urgensi pengujian simultan ini sangat jelas karena pada FTW Coffee Batam, masalah yang muncul tidak hanya berada pada satu sisi, melainkan pada beberapa aspek sekaligus. Penelitian ini menggambarkan bahwa pelayanan, fasilitas, dan harga sama-sama masih memerlukan perhatian. Dalam situasi demikian, penelitian simultan penting dilakukan agar pengelola tidak salah menentukan prioritas perbaikan (Hariaji & Iriyanto, 2020). Hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kepuasan pengunjung akan lebih efektif bila dilakukan secara serentak melalui pembenahan layanan, perbaikan fasilitas, dan penyesuaian harga yang lebih tepat.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini mendukung penelitian Muhammad Cahya Hadi Sudrajad dan Imam Sukwatus Suja'i (2023), Deny (2025), dan Lumempow dkk. (2023) yang juga menunjukkan adanya pengaruh simultan beberapa variabel terhadap kepuasan pelanggan. Kelebihan penelitian ini terletak pada kombinasi variabel yang dipilih dan kesesuaiannya dengan kondisi objek penelitian. Penelitian ini ini secara lebih terarah menguji tiga variabel yang benar-benar relevan dengan persoalan FTW Coffee Batam, sehingga hasilnya lebih operasional dan lebih mudah diterjemahkan menjadi rekomendasi manajerial dibanding penelitian yang variabelnya lebih umum atau kurang spesifik terhadap masalah lapangan.

Gap penelitian ini tampak pada masih terbatasnya penelitian yang menguji secara bersamaan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dalam konteks coffee shop lokal di Batam dengan permasalahan empiris yang jelas (Maryati & Husda, 2020). Novelty penelitian ini berada pada integrasi tiga variabel utama pengalaman pelanggan dalam satu model yang kontekstual terhadap bisnis coffee shop modern. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung paling tepat dipahami sebagai hasil dari pengelolaan yang seimbang antara interaksi layanan, kualitas lingkungan fisik, dan persepsi nilai harga (Sari & Hidayat, 2020). Kontribusi ini penting, baik secara akademik maupun praktis, karena memberikan dasar yang lebih utuh bagi pengelola FTW Coffee Batam dalam menyusun strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung FTW Coffee Batam. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi dibentuk oleh pengalaman layanan yang diterima, kenyamanan fasilitas yang dirasakan, serta penilaian pengunjung terhadap kesesuaian harga. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan, semakin memadai fasilitas, dan semakin sesuai harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung.

Secara simultan, kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini menegaskan bahwa pengelolaan coffee shop perlu dilakukan

secara menyeluruh, karena pengunjung menilai pengalaman mereka secara utuh, bukan secara terpisah. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pengunjung, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa FTW Coffee Batam perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan, perbaikan fasilitas, dan penetapan harga yang sesuai dengan persepsi nilai pengunjung. Langkah tersebut penting agar kepuasan pengunjung dapat terus ditingkatkan, sehingga mendukung kunjungan ulang, rekomendasi positif, dan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis coffee shop yang semakin ketat..

REFERENCES

Ananda, D., Nugraha, A. P., & Yusuf, M. (2026). The Effect of Interpersonal Relationships, Time Management, Work Efficiency, Role Modeling, and Job Burnout on Employee Performance at Cafe Marowa Batam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, *7*(3). https://doi.org/10.53697/emak.v7i3.3796

Andari, M. P., & Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Ilmiah Solusi*, *18*(3), 77–88. http://journals.usm.ac.id/index.php/solusi

Anhar, A., Haryanti, I., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Receh Coffee. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, *2*(3), 52–58. https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i3.333

Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *9*(1), 85–94.

Babbie, E. R. (2024). *The Basics of Social Research* (9th Editio). Cengage Learning.

Bell, J., & Waters, S. (2022). *Doing Your Research Project: A Guide for First-Time Researchers* (8th Editio). Open University Press.

Bryman, A. (2021). *Social Research Methods* (6th Editio). Oxford University Press.

Buchanan, D., & Bryman, A. (2022). *The SAGE Handbook of Organizational Research Methods* (2nd Editio). SAGE Publications.

Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches (6th Ed.)*. SAGE Publications Inc.

Deny, S. N. (2025). *Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Babe Billiard Ungaran*. Institution not stated in thesis bibliography.

Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, *8*(1), 2020–2033.

Flick, U. (2023). *An introduction to qualitative research (7th ed.)*. SAGE Publications Inc.

Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. *Prosiding/Journal Unimus*, *15*(2), 68–88. http://jurnal.unimus.ac.id

Kumar, R. (2023). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners* (6th Editio). SAGE Publications.

Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). The Influence of Service Quality, Facilities and Prices on Customer Satisfaction at Swiss-Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, *11*(1), 1–11.

Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, *8*(1).

Maulidiah, E. P., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, *2*(3), 727–737. https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina

Nanda, R. R., Dewi, N. P., & Mursal. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rimbun Kopi Batam. *Zona Manajerial*, *13*(3), 129–136. http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/

Neuman, W. L. (2022). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (9th Editio).

Pearson Education.
Oktoriani, D. (2026). Tren Ekonomi dan Budaya Konsumsi Kopi di Indonesia. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, *6*(1), 10. https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3293
Prima, A. P., Tipa, H., Janrosl, V. S. E., Satria, R., Mulawarman, & Yusuf, M. (2025). Determinants of MSMEs Sustainability Moderated by Government Policy on MSME in Batam City. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, *13*(2). https://doi.org/10.33884/jimupb.v13i2.10131
Purwanto, A. (2025). *Jakarta Coffee Week 2025 dan Tren Pasar Kedai Kopi Indonesia*.
Putra, F. P., Purnama, I., & Ernawati, S. (2025). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soehendar Coffee Kota Bima. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *1*(3), 1397–1409. https://doi.org/10.63822/cxzdx118
Ramadhan, S. R., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2025). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Shans Juice Cafe di Karawang. *Jurnal Ekonomi*, *11*(3), 1794–1803.
Sabri. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Reference listed on SINTA department profile.
Sabri, S., Syahputra, R., Luran, M. F., & Amirullah, A. (2024). Pelatihan Pengelolaan SDM Era Digital Pada UMKM Kota Batam. *I-Com: Indonesian Community Journal*, *4*(1).
Sabri, Sumardin, Bahar, L. D., & Sapura, E. (2025). The Influence of Educational Level, Teaching Experience, Training and Responsibility on Teachers Work Productivity. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, *4*(2).
Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, *1*(2), 74–81. https://journal.fkpt.org/index.php/jtear
Schutt, R. K. (2021). *Investigating the Social World: The Process and Practice of Research* (10th Editi). SAGE Publications.
Sudrajad, M. C. H., & Sujai, I. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. *Jurnal Riset Manajemen*, *1*(3), 1–12. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.580
Sulistiono, A., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Article Cited in Thesis*, *1*(3), 363–368.
Sutrisno, S., Suseno, A., & Arifin, J. (2022). Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Fuzzy Theory dan Metode Service Quality pada PT. Gadino Sejahtera Abadi Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *8*(11), 417–427. https://doi.org/10.5281/zenodo.6852683
Yin, R. K. (2020). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th Editio). SAGE Publications.
Yusuf, M. (2025). *Pengaruh Pengembangan Karir, Iklim Organisasi, dan Kecerdasan Emosional melalui Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Badan Pengusahaan Batam*. Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
Yusuf, M., & Maizar, M. (2023). The Effect of Work Climate, Job Promotion, and Organizational Culture on the Performance of Batam Authority Employees. *Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, *4*(1), 211–220.
Yusuf, M., Nugraha, A. P., & Suriani. (2026). *Leadership dan Organizational Culture dalam Perubahan Bisnis Modern*. Yayasan Literasi Sains Indonesia.