

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI FASILITAS *FREE WIFI* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA WARKOP MAESAN KECAMATAN PANCENG GRESIK

Iffene Favoury Andriani

Iffen.amel@gmail.com

Marsudi Lestariningsih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and location on customer satisfaction at Warkop Maesan Panceng, Gresik, with free WiFi facilities as an intervening variable. The research employs a quantitative approach with a population of 100 customers. The sampling technique used probability sampling with purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, while location has a negative and insignificant effect. Free WiFi facilities positively and significantly affect customer satisfaction. Furthermore, service quality and location positively and significantly influence free WiFi facilities. As an intervening variable, free WiFi facilities can mediate the effect of service quality on customer satisfaction positively and significantly. However, it cannot mediate the effect of location on customer satisfaction, which remains negative and insignificant. These results highlight the importance of service quality and free WiFi in enhancing customer satisfaction at Warkop Maesan.

Keywords: *service quality, location, free WiFi facility, and customers' satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Warkop Maesan Panceng, Gresik, dengan fasilitas *Free WiFi* sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 100 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Fasilitas *Free WiFi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap fasilitas *Free WiFi*. Sebagai variabel *intervening*, fasilitas *Free WiFi* mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Namun, fasilitas *Free WiFi* tidak dapat memediasi pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, yang tetap negatif dan tidak signifikan. Hasil ini menekankan pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas *free WiFi* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Warkop Maesan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas *Free WiFi*, dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

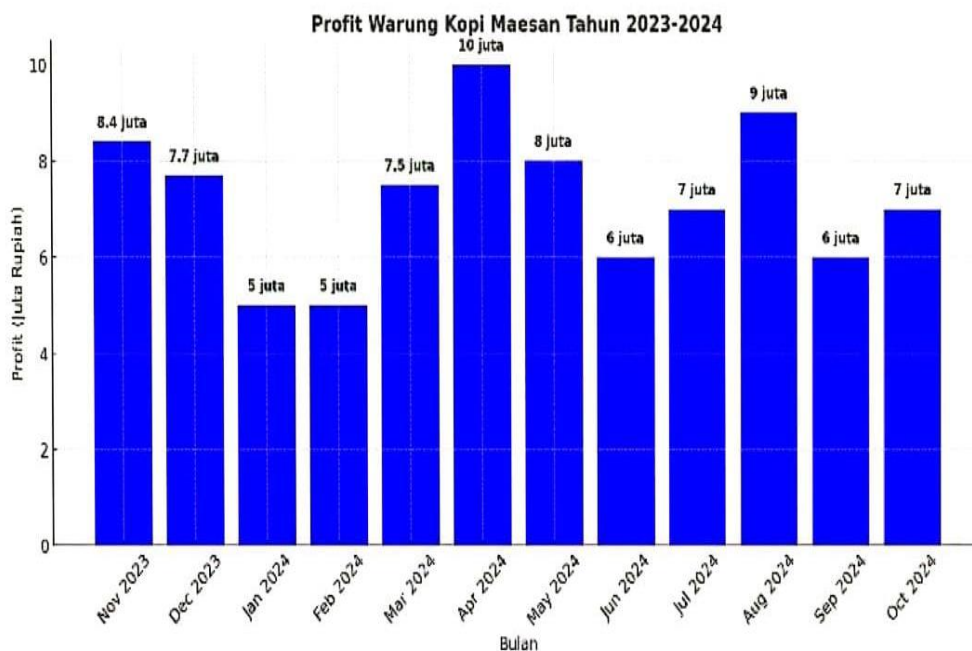
Warung kopi telah menjadi fenomena sosial yang berakar kuat dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah Gresik. Warung kopi mencerminkan keragaman budaya dengan suasana yang hangat dan akrab. Mengusung konsep tradisional dengan berbagai varian kopi kekinian, warung kopi menjadi tempat favorit masyarakat dari berbagai kalangan karena harganya yang terjangkau. Dalam perkembangan sosial dan budaya, usaha warung kopi saat ini menjadi peluang yang banyak digeluti oleh kalangan pebisnis. Pertumbuhan tempat usaha berbasis kopi di Jawa Timur mencapai 18% dalam satu tahun dan diperkirakan akan terus meningkat (Amalia *et al.*, 2022). Kabupaten Gresik menjadi salah satu daerah dengan jumlah warung kopi yang cukup banyak. Dinas Koperasi, UMKM,

Perindustrian dan perdagangan (DISKOPERINDAG) Gresik (2017) melaporkan bahwa terdapat lebih dari 4.700 warung kopi, baik skala kecil maupun besar, yang tersebar di seluruh wilayah Gresik.

Warung Kopi Maesan dipilih menjadi objek dalam penelitian ini karena telah menunjukkan perubahan bisnis yang signifikan. Berlokasi di Jalan Raya Daendles Nomor 320, Ketanen, Prupuh, Kecamatan Panceng, warung kopi ini berhasil bertransformasi dari sebuah warung sederhana yang sepi pengunjung menjadi yang diminati berbagai kalangan. Menurut Suprianto (2020) posisi yang strategis dapat lebih mudah menjangkau masyarakat dan membantu untuk mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Warung kopi ini memiliki beberapa keunggulan strategis, yaitu berlokasi di jalur Pantura yang menghubungkan perbatasan Gresik-Lamongan, berdekatan dengan kawasan industri khususnya PT Aplus Pacific, serta berada di jalur menuju objek wisata Pantai Dalegan.

Keberhasilan Warung Kopi Maesan membuka cabang kedua dalam waktu kurang dari setahun yaitu pada tanggal 2 Maret 2015 yang berada di Jalan Raya Prupuh, Kecamatan Panceng membuktikan bahwa model bisnis yang diterapkan berhasil menjawab kebutuhan pasar, seperti untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan produk atau layanan yang diberikan. Rasa puas ini muncul ketika pelayanan yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Supangkat *et al.*, 2020). Kepuasan pelanggan yang optimal berdampak positif pada citra usaha dan keuntungan, sementara pelayanan yang buruk dapat menurunkan keduanya. Oleh karena itu, menjaga kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi produsen dalam meningkatkan hasil usaha. Dapat dilihat pada gambar 1, bahwa Warung Kopi Maesan menunjukkan jumlah pendapatan 1 tahun yang dimulai pada bulan November 2023 hingga bulan Oktober 2024.



Gambar 1
Grafik Profit Warkop Maesan
Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan diagram pada Gambar 1 meskipun Warung Kopi Maesan telah berhasil berkembang, usaha ini masih menghadapi tantangan dalam stabilitas keuntungan. Grafik laba atau rugi memperlihatkan fluktuasi pendapatan yang cukup signifikan, dengan pendapatan tertinggi mencapai Rp 10.000.000 pada bulan April 2024 dan pendapatan

terendah sebesar Rp 5.000.000 pada bulan Januari-Februari 2024. Fluktuasi ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yang berdampak langsung pada stabilitas keuntungan usaha.

Berdasarkan data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa Pelayanan yang baik dan konsisten berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong loyalitas, dan mendukung pertumbuhan keuntungan perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menurunkan kepuasan, membuat pelanggan berpaling ke kompetitor, dan berpotensi mengurangi pendapatan serta merusak citra bisnis. Sebelum pelanggan merasa puas, mereka biasanya mempertimbangkan beberapa aspek seperti lokasi, kualitas layanan, dan fasilitas yang disediakan, seperti akses *WiFi* gratis. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan dan lokasi yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan dalam melayani pelanggan untuk mencapai kepuasan maksimal. Menurut Robyardi *et al.* (2022), kualitas pelayanan adalah serangkaian tindakan maksimal untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan memberikan pengalaman terbaik. Penelitian yang membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang telah dijalankan dan menghasilkan kesimpulan yaitu Subawa dan sulistyawati (2020) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Naidah dan Rohani (2015) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi usaha adalah tempat yang digunakan untuk melayani pelanggan, dan lokasi yang strategis memudahkan akses pelanggan untuk datang, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan keinginan untuk kembali. Pemilihan lokasi yang terletak di pusat keramaian dan mudah diakses sangat penting untuk mendukung operasional dan perkembangan usaha (Sari, 2021). Penelitian yang membahas tentang lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang telah dijalankan dan menghasilkan kesimpulan yaitu Syahidin dan Adnan (2022) lokasi memiliki hasil signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfian dan Noersanti (2020) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas *free WiFi* adalah layanan akses internet nirkabel yang disediakan di tempat-tempat umum seperti di Warkop Maesan. Akbar *et al.* (2024) mengatakan bahwa tujuan utama dari fasilitas untuk menyediakan layanan yang berkualitas, menciptakan lingkungan yang mendukung, dan meningkatkan pengalaman serta kepuasan konsumen dengan kemudahan yang disediakan oleh penyedia layanan. Penelitian yang membahas tentang Fasilitas *free WiFi* terhadap kepuasan pelanggan yang telah dijalankan dan menghasilkan kesimpulan yaitu Alwi dan Mulyono (2023) fasilitas *free WiFi* memiliki hasil yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani *et al.* (2020) fasilitas *free WiFi* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena dalam latar belakang dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng Gresik?; (2) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng Gresik?; (3) Apakah fasilitas *free WiFi* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik?; (4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap fasilitas *free WiFi* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik?; (5) Apakah lokasi berpengaruh terhadap fasilitas *free Wifi* Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik?; (6) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free Wifi* sebagai variabel *intervening* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik?; (7) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free Wifi* sebagai variabel *intervening* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik?.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas *free Wifi* terhadap kepuasan pelanggan pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap fasilitas *free WiFi* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (5) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap fasilitas *free WiFi* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (6) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi* sebagai variabel *intervening* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.; (7) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi* sebagai variabel *intervening* pada Warkop Maesan di Kecamatan Panceng, Gresik.

Tinjauan Teoritis

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan antara harapan konsumen dan pengalaman mereka saat menggunakan produk (Gultom *et al.*, 2020). Kepuasan pelanggan muncul dari hasil dari evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mereka. Kepuasan pelanggan sebagai salah satu keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Adapun Setiawan *et al.* (2021) menyatakan indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap tingkat layanan yang telah mereka dapatkan, setiap pelanggan mengharapkan pelayanan yang optimal yang dapat memberikan kepuasan dalam setiap interaksi mereka dengan perusahaan (Mariansyah dan Syarif, 2020). Adapun Waluyowati dan Bustomi (2022) menyatakan indikator untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

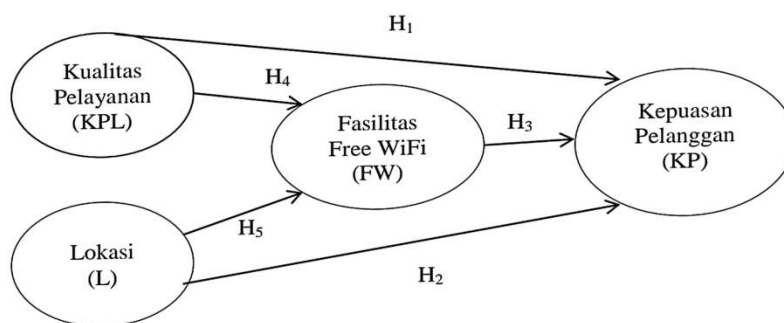
Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis, karena lokasi untuk memastikan produk dapat ditemukan dan tersedia bagi konsumen di manapun mereka berada (Ariyanti *et al.*, 2022). Lokasi yang baik adalah lokasi yang strategis, mudah diakses oleh target pelanggan, dan memiliki daya tarik yang sesuai dengan jenis bisnis yang dijalankan. Terdapat beberapa indikator mengenai lokasi (Ardiansyah dan Aprianti, 2020) yakni keterjangkauan, kelancaran dan kedekatan lokasi.

Fasilitas Free WiFi

Fasilitas *free WiFi* sering dimanfaatkan di berbagai tempat usaha sebagai strategi untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat daya tarik. Dengan adanya *free WiFi*, pelanggan dapat tetap terhubung secara digital selama berada di lokasi, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman mereka dan mendorong loyalitas terhadap bisnis tersebut (Hermalia *et al.*, 2019). Adapun Wulandari (2022) menyatakan terdapat empat indikator fasilitas *free WiFi* yaitu kemudahan akses *WiFi*, kecepatan akses *WiFi*, cakupan sinyal *WiFi* dan tempat akses *WiFi*.

Rerangka Konseptual



Gambar 2
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses pemberian pelayanan itu sendiri, sehingga pelanggan merasa puas dalam setiap interaksi dengan perusahaan. Menurut Rohaeni dan Marwa (2018) pelayanan yang diberikan harus memenuhi bahkan melampaui standar yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan mudah dan pelanggan cenderung tetap setia menggunakan jasa perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tampanguma *et al.* (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian menurut Pradana (2018) kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi tempat suatu usaha atau kegiatan ekonomi didirikan untuk menjalankan operasionalnya. Menurut Izzuddin dan Muhsin (2020) lokasi memiliki peran penting dalam keberlangsungan usaha, karena lokasi yang strategis dan dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja pelanggan dapat meningkatkan kenyamanan dan menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Pemilihan lokasi menjadi elemen penting yang memengaruhi efisiensi, efektivitas, dan keberhasilan suatu usaha. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriyani dan Lestari (2022) serta Firdiyansyah (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian menurut Nawangsih (2017) dan Khalid (2021) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Free WiFi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Perusahaan menyediakan fasilitas pendukung yang memungkinkan pelanggan mengisi waktu tunggu dengan lebih menyenangkan, mengingat bahwa fasilitas merupakan salah satu kebutuhan fundamental dalam kehidupan manusia yang bertujuan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan mendukung aktivitas sehari-hari (William dan Purba, 2020). Fasilitas *free WiFi* yang stabil dan mudah diakses dapat menciptakan kesan positif, meningkatkan loyalitas, dan daya saing perusahaan. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh William dan Purba (2020) menjelaskan bahwa fasilitas *free WiFi* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian menurut Oniansyah (dalam Silaban dan Soerjanto, 2022) serta Halim (2023) fasilitas *free WiFi* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₃: Fasilitas *Free WiFi* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Fasilitas *Free WiFi*

Pelanggan cenderung memilih perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas dengan memenuhi harapan mereka, seperti respons cepat terhadap keluhan, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang penting bagi kelangsungan usaha (Cesariana *et al.*, 2022). Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam memanfaatkan fasilitas *free WiFi*, menjadikannya nilai tambah yang mendukung kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang disediakan. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Gunawan dan Ghufrony (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap fasilitas *free WiFi*. Dari hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Noer *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Fasilitas *Free WiFi*.

H₄: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Fasilitas *Free WiFi*.

Pengaruh Lokasi Terhadap Fasilitas *Free WiFi*

Lokasi mengacu pada tempat fisik atau geografis di mana fasilitas tersebut disediakan. Menurut Muhtarom *et al.* (2022) lokasi merupakan faktor penting dalam membuka usaha, karena lokasi yang mudah dijangkau mempermudah konsumen dalam mengakses produk atau layanan, sehingga meningkatkan peluang mereka untuk melakukan pembelian ulang. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hariaji dan Iriyanto (2019), serta Lestari *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap fasilitas *free WiFi*. Dari hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Hilmi dan Mulyana (2020) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap fasilitas *free WiFi*.

H₅: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Fasilitas *Free WiFi*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Fasilitas *Free WiFi*

Hutagalung dan Waluyo (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan persepsi pelanggan mengenai mutu suatu usaha, pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menambah nilai usaha. Fasilitas seperti *free WiFi* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dengan mendukung kenyamanan dan kebutuhan digital pelanggan. *Free WiFi* juga meningkatkan pengalaman secara keseluruhan, menciptakan suasana positif yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Meyliana dan Suhardi (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi*. Sedangkan hasil penelitian menurut Bachtiar *et al.* (2023) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi*.

H₆: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Fasilitas *free WiFi*.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Fasilitas *Free WiFi*

Lokasi merupakan tempat suatu usaha beroperasi untuk memproduksi barang atau jasa, dan pemilihan lokasi tersebut sangat berpengaruh terhadap kemajuan usaha (Rumajar, 2022). Lokasi strategis yang mudah diakses dan dekat dengan aktivitas pelanggan meningkatkan daya tarik suatu tempat. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suhardi *et al.* (2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi*. Sedangkan hasil penelitian menurut Rutjuhan dan Ismunandar (2020) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi*.

H₇: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Fasilitas *free WiFi*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk menguji teori-teori terkait variabel yang diteliti. Metode yang digunakan adalah penelitian eksplanatori atau *explanatory research*, yang mengeksplorasi hubungan sebab akibat antara variabel independen (kualitas pelayanan dan lokasi) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan), dengan (fasilitas *free WiFi*) sebagai variabel *intervening*. Pada penelitian ini populasi yang digunakan tidak diketahui secara pasti yaitu jumlah pelanggan yang berkunjung ke Warkop Maesan selama 1 tahun terakhir. Penelitian ini mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang dianggap oleh peneliti memenuhi kriteria sebagai sampel dalam populasi penelitian. Kriteria tersebut mencakup pelajar, pekerja, dan individu yang tidak bekerja.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Lenaini (2021) *Purposive Sampling* adalah metode tidak acak di mana peneliti memilih individu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara langsung dan *online* serta sampel yang digunakan terdiri dari pelanggan Warkop Maesan yaitu: (1) Telah melakukan pembelian lebih dari 3 kali. (2) Sering datang ke Warkop Maesan secara rutin. (3) Selalu memesan menu yang sama atau memiliki menu favorit. (4) Sudah akrab dengan pegawai atau pemilik. Penelitian ini menggunakan formula Lemeshow untuk populasi tidak diketahui guna menghitung jumlah sampel minimum, karena jumlah pelanggan yang berkunjung Warkop Maesan tidak diketahui secara pasti. Menurut Arianto dan Muhammad (2018) cara menghitung formula Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

z: skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p: maksimal estimasi=0,5

d: alpha (0,10) atau *sampling error* 10%

Jadi, besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) (1-0,5)}{(0,1)^2} = 97,6 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Hasil kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, digunakan untuk menilai perilaku, tanggapan, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Jawaban dari instrumen skala *likert* memiliki jawaban sangat positif hingga sangat negatif. Kuesioner ini disebarluaskan melalui *Google Form* dan penyebaran langsung yaitu pelanggan Warkop Maesan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi 2 variabel bebas adalah kualitas pelayanan (KPL) dan lokasi (L), variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (KP), serta variabel *intervening* pada penelitian ini adalah fasilitas *free WiFi* (FW).

Definisi Operasional Variabel

Kualitas pelayanan adalah layanan yang diberikan oleh karyawan Warkop Maesan untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Waluyowati dan Bustomi (2022) Indikator kualitas pelayanan terdiri dari: (1) Bukti Langsung (*Tangible*); (2) Keandalan (*Reliability*); (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*); (4) Jaminan (*Assurance*); (5)Empati (*Empathy*).

Lokasi merupakan tempat yang digunakan Warkop Maesan terletak di Kecamatan Panceng, Gresik. Warkop ini dikenal sebagai tempat yang nyaman bagi masyarakat untuk berkumpul, menikmati kopi, dan mencicipi berbagai makanan. Menurut Ardiansyah dan Aprianti (2022) Indikator lokasi terdiri dari: (1) Keterjangkauan lokasi; (2) Kelancaran akses menuju lokasi; (3) Kedekatan lokasi.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas setelah menerima produk dan layanan dari Warkop Maesan, sehingga mendorong keinginan untuk melakukan pembelian berkelanjutan. Menurut Setiawan *et al.* (2021) indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah: (1) Kesesuaian harapan; (2) Minat berkunjung kembali; (3) Kesiediaan merekomendasikan.

Fasilitas *free WiFi* merupakan fasilitas yang diberikan Warkop Maesan untuk kenyamanan pengunjung, yang ingin tetap terhubung dengan internet selama menikmati sajian kopi dan makanan di Warkop Maesan. Indikator untuk mengukur fasilitas *free WiFi* menurut Wulandari (2022) yaitu: (1) Kemudahan akses *WiFi*; (2) Kecepatan akses *WiFi*; (3) Cakupan sinyal *WiFi*; (4) Tempat akses *WiFi*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data mencakup pengumpulan data berdasarkan variabel dan responden, penggabungan data, penyajian sistematis, serta pengujian hipotesis (Sofwatillah *et al.*, 2024). Alat analisis yang digunakan adalah *SmartPLS 3.0*, yang berbasis pada *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*.

Partial Least Square (PLS) adalah metode analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen secara simultan. Menurut Patih dan Halistin (2020) keunggulan *PLS* meliputi fleksibilitas dalam menganalisis data dengan berbagai skala pengukuran nominal, ordinal, interval, rasio dan kemampuan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.

Model pengukuran atau *outer model* menjelaskan keterkaitan antara variabel laten dengan variabel manifest atau indikator (Alfa *et al.*, 2017). Dalam model pengukuran terdapat 2 pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas bertujuan untuk menilai instrumen penelitian dapat secara akurat mengukur indikator-indikator yang telah ditetapkan, sehingga dapat menentukan apakah data yang diperoleh valid atau tidak (Pratiwi dan Muzakki, 2021). Dalam metode analisis *PLS (Partial Least Squares)* validitas diuji melalui tiga aspek utama yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *average variance extracted (AVE)*.

Uji validitas konvergen (*Convergent Validity*) digunakan untuk menilai indikator-indikator dalam suatu variabel yang memiliki keterkaitan yang kuat, pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan Indikator dianggap valid jika nilai *outer loading* $\geq 0,5$ (Pratiwi dan Muzakki, 2021).

Validitas diskriminan digunakan untuk menilai suatu indikator terkait dengan variabel yang diukurnya dibandingkan dengan variabel lainnya validitas diskriminan juga dapat diukur melalui *Average Variance Extracted (AVE)*, model dianggap memiliki validitas diskriminan yang valid jika $AVE \geq 0,5$ (Pratiwi dan Muzakki, 2021).

Average variance extracted (AVE) digunakan sebagai ukuran tambahan untuk mendukung validitas diskriminan yang telah diuji sebelumnya dan suatu konstruk dianggap valid apabila memiliki nilai $AVE \geq 0,5$ yang menandakan bahwa indikator-indikator dalam konstruk tersebut mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan baik (Pratiwi dan Muzakki, 2021)

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menilai konsistensi suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Dalam analisis data menggunakan *PLS* pengujian reliabilitas dilakukan melalui 2 metode utama yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's alpha*.

Composite Reliability digunakan untuk menilai konsistensi dan kecukupan seluruh variabel dalam penelitian dalam mengukur suatu konstruk atau variabel laten dalam model penelitian. Nilai *Composite Reliability* mencapai 0,7 atau $\geq 0,7$ maka variabel tersebut dianggap *reliable* (Pratiwi dan Muzakki, 2021).

Cronbach's alpha digunakan untuk menilai konsistensi indikator-indikator dalam setiap variabel. Nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,6$ maka variabel tersebut dianggap reliabel yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar indikator, hingga meningkatkan validitas pengukuran konstruk yang sedang diteliti (Harthawan dan Arwana, 2024).

Model struktural (*inner model*) merupakan metode analisis dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Pratiwi dan Muzakki, 2021). Terdapat tiga jenis pengujian utama dalam model struktural yaitu:

Uji persamaan struktural digunakan untuk menganalisis setiap variabel dalam penelitian memberikan pengaruh positif atau negatif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan antar variabel dalam model penelitian ditentukan berdasarkan nilai *original sample (path coefficient)*. Jika nilai *original sample* lebih dari atau sama dengan 0 (≥ 0), maka pengaruhnya positif, sedangkan jika kurang dari 0 (< 0), maka pengaruhnya negatif.

Uji *R-Square* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel *intervening*, serta untuk mengetahui variabel independen dan variabel *intervening* mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model penelitian. Selfiyani *et al.* (2023) menyatakan bahwa kriteria penilaian *R-Square* dapat dikategorikan Lemah jika $0,25 \leq R^2 < 0,5$, Moderat jika $0,5 \leq R^2 < 0,75$ dan Kuat jika $R^2 \geq 0,75$.

Uji hipotesis bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel lain dalam model penelitian, sehingga hipotesis tersebut dapat ditolak atau diterima. Signifikansi pengaruh antar variabel dapat diukur melalui dua indikator utama yaitu nilai *p-value*. Jika nilai *p-value* $\leq 0,05$ (5%), maka hubungan antar variabel dapat dikatakan signifikan secara statistik, baik untuk pengaruh langsung maupun tidak langsung (Pratiwi dan Muzakki, 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (KPL)

Tabel 1
Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (KPL)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
KPL. 1	31	46	23	0	0	408	4,08
KPL. 2	25	55	20	0	0	405	4,05
KPL. 3	24	60	16	0	0	408	4,08
KPL. 4	27	58	15	0	0	412	4,12
KPL. 5	23	60	17	0	0	406	4,06
Jumlah						2039	4,07

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 1, indikator Kualitas Pelayanan dengan nilai tertinggi adalah KPL.4 mengenai jaminan (*assurance*) sebesar 4,12 sedangkan, nilai rata terendah adalah KPL.2 mengenai keandalan (*reliability*) sebesar 4,05. Rata-rata keseluruhan sebesar 4,07 yang dimana termasuk dalam interval kelas dengan rentang nilai ($3,40 < X < 4,20$) berkategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan setuju terhadap seluruh pernyataan yang tersedia pada indikator variabel Kualitas Pelayanan.

Jawaban Responden Variabel Lokasi (L)

Tabel 2
Jawaban Responden Variabel Lokasi (L)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
L.1	30	54	16	0	0	414	4,14
L.2	27	51	21	1	0	404	4,04
L.3	23	57	18	2	0	401	4,01
Jumlah						1219	4,06

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 2, indikator Lokasi dengan nilai tertinggi adalah L.1 mengenai keterjangkauan lokasi sebesar 4,14, sedangkan nilai rata terendah adalah L.3 mengenai kedekatan lokasi sebesar 4,01. Rata-rata keseluruhan sebesar 4,06 yang termasuk dalam interval kelas dengan rentang nilai ($3,40 < X < 4,20$) berkategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan setuju terhadap seluruh pernyataan yang tersedia pada indikator variabel Lokasi.

Jawaban Responden Variabel Fasilitas Free WiFi (Z)

Tabel 3
Jawaban Responden Variabel Fasilitas Free WiFi (FW)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
FW.1	34	54	12	0	0	422	4,22
FW.2	24	60	15	1	0	407	4,07
FW.3	25	57	15	3	0	404	4,04
FW.4	27	56	17	0	0	410	4,10
Jumlah						1643	4,10

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 3, indikator Fasilitas Free WiFi dengan nilai tertinggi adalah FW.1 mengenai Kemudahan Akses WiFi sebesar 4,22, sedangkan nilai rata terendah adalah FW.3 mengenai Cakupan Sinyal WiFi sebesar 4,04. Rata-rata keseluruhan sebesar 4,10 yang termasuk dalam interval kelas dengan rentang nilai ($3,40 < X < 4,20$) berkategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan setuju terhadap seluruh pernyataan yang tersedia pada indikator variabel Fasilitas Free WiFi.

Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (KP)

Tabel 4
Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (KP)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
KP.1	31	54	15	0	0	416	4,16
KP.2	21	60	18	1	0	401	4,01
KP.3	27	55	18	0	0	409	4,09
Jumlah						1226	4,08

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4, indikator Kepuasan Pelanggan dengan nilai tertinggi adalah KP.1 mengenai Kesesuaian Harapan sebesar 4,16, sedangkan nilai rata terendah adalah KP.2 mengenai Minat Berkunjung Kembali sebesar 4,01. Rata-rata keseluruhan sebesar 4,08 yang termasuk dalam interval kelas dengan rentang nilai ($3,40 < X < 4,20$) berkategori setuju.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan setuju terhadap seluruh pernyataan yang tersedia pada indikator variabel Kepuasan Pelanggan.

Uji Validitas

Uji Validitas Konvergen

Variabel yang meliputi Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas *Free WiFi* dan Kepuasan Pelanggan. Secara keseluruhan di setiap indikatornya memiliki nilai *Loading Factor* $\geq 0,5$ sehingga dapat menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan

Akar kuadrat *AVE* dari setiap variabel bernilai lebih besar jika dibandingkan dengan korelasinya antar setiap variabel laten. Nilai akar kuadrat *AVE* dari setiap variabel laten adalah nilai-nilai yang terletak pada posisi paling atas di setiap variabel laten. Maka dapat menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dan dinyatakan valid.

AVE (Average Variance Extracted)

Nilai *AVE* untuk setiap variabel yaitu Kualitas Pelayanan (KPL), Lokasi (L), Fasilitas *Free WiFi* (FW) dan Kepuasan Pelanggan (KP) memiliki nilai $\geq 0,5$. Hal ini menandakan seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan uji *AVE* dan dinyatakan reliabel.

Uji Reliabilitas

Composite Reliability (CR)

Semua variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas *Free WiFi* dan Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai *Composite Reliability* $\geq 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat dianggap reliabel.

Cronbach's Alpha

Semua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (KPL), Lokasi (L), Fasilitas *Free WiFi* (FW) dan Kepuasan Pelanggan (KP) mempunyai nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat dianggap reliabel dan memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Uji Model Struktural

Pengujian Model Struktural Pengaruh Langsung

Tabel 5
Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Variabel	<i>Original Sample</i>	Arah Hubungan
Kualitas Pelayanan (KPL) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,615	Positif
Lokasi (L) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,060	Positif
Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,218	Positif
Kualitas Pelayanan (KPL) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW)	0,670	Positif
Lokasi (L) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW)	0,222	Positif

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 5, pengaruh langsung antar variabel pada penelitian ini memiliki nilai *original sample* $\geq 0,5$ sehingga dinyatakan positif.

Pengujian Model Struktural Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 6
Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Original Sample	Arah Hubungan
Kualitas Pelayanan (KPL) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,146	Positif
Lokasi (L) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,048	Positif

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 6, pengaruh tidak langsung antar variabel pada penelitian ini memiliki nilai *original sample* $\geq 0,5$ sehingga dinyatakan positif.

Uji R-Square

Tabel 7
Hasil Nilai R-square

Variabel	R-Square	Keterangan
Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW)	0,732	Moderat
Kepuasan Pelanggan (KP)	0,734	Moderat

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 7, setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, diketahui bahwa Fasilitas *Free WiFi* memiliki nilai *R-Square* (R^2) sebesar 0,732, yang masuk dalam kategori Moderat, sesuai dengan kriteria $0,5 \leq R^2 < 0,75$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi mampu menjelaskan hubungan dengan Fasilitas *Free WiFi* sebesar 73,2%, sedangkan sisanya 26,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Sementara itu, nilai *R-Square* (R^2) sebesar 0,734 juga masuk dalam kategori Moderat, yang berarti Kualitas Pelayanan dan Lokasi (L) dapat menjelaskan hubungan dengan Kepuasan Pelanggan sebesar 73,4%, sementara 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Variabel	P-value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KPL) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,000	Signifikan
Lokasi (L) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,276	Tidak Signifikan
Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,026	Signifikan
Kualitas Pelayanan (KPL) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW)	0,000	Signifikan
Lokasi (L) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW)	0,024	Signifikan
Kualitas Pelayanan (KPL) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,045	Signifikan
Lokasi (L) → Fasilitas <i>Free WiFi</i> (FW) → Kepuasan Pelanggan (KP)	0,096	Tidak Signifikan

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada Tabel 8. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat pada nilai *p-value*, ketika suatu nilai *p-value* ≤ 0.05 (5%) maka dinyatakan signifikan dan jika nilai *p-value* $\geq 0,05$ (5%), maka dinyatakan tidak signifikan. Selain itu, beberapa variabel dinyatakan sepenuhnya berpengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung ketika nilai *p-value* $\leq 0,05$ (5%) dan terdapat dua variabel memperoleh nilai $\geq 0,05$

(5%). Dapat diketahui bahwa hasil yang tidak signifikan adalah pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free wifi*. Sedangkan hipotesis lainnya dinyatakan berpengaruh.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten dan responsif dapat menciptakan kepuasan pelanggan, dengan memberikan layanan yang cepat, ramah, dan sesuai dengan harapan pelanggan, Warkop Maesan dapat memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan puas. Hal ini tidak hanya mendorong pelanggan untuk kembali, tetapi juga memperkuat daya saing di tengah persaingan industri kedai kopi yang semakin ketat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rosalia dan Lestariningsih (2021) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis tersebut diterima.

Lokasi Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pelanggan Warkop Maesan lebih mengutamakan faktor-faktor lain seperti fasilitas, kualitas produk, atau pelayanan dalam menentukan kepuasan mereka. Pelanggan yang sudah merasa nyaman dan puas dengan pengalaman di Warkop Maesan cenderung akan tetap berkunjung meskipun lokasinya tidak terlalu strategis. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kholifah *et al.* (2023) yang juga menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis tersebut ditolak.

Fasilitas Free WiFi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Fasilitas *Free WiFi* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Di era digital saat ini, banyak orang mengandalkan internet untuk berbagai aktivitas. Pelanggan yang merasa terfasilitasi kebutuhan internetnya akan menghabiskan waktu lebih lama di warung kopi dan melakukan pembelian berulang, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka terhadap Warkop Maesan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Syahsudarmi (2018) yang juga menyimpulkan bahwa fasilitas *free WiFi* memiliki pengaruh dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis tersebut diterima.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Fasilitas Free WiFi

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Fasilitas *Free WiFi*. Pemberian fasilitas *free WiFi* merupakan strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan penyediaan fasilitas *free WiFi* yang memadai penting untuk menciptakan daya tarik bagi pelanggan dan meningkatkan efektivitas bisnis. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Meyliana dan Suhardi (2020) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dampak positif dan signifikan terhadap fasilitas *free WiFi* sehingga hipotesis tersebut diterima.

Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Fasilitas Free WiFi

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Fasilitas *Free WiFi*. Dengan akses yang mudah berada di area aktivitas tinggi dan koneksi internet yang cepat, pelanggan dapat menikmati

waktu mereka di Warkop Maesan sambil bekerja atau bersosialisasi secara *online*. Lokasi yang mudah dijangkau dan fasilitas *free WiFi* dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Taan *et al.* (2020) yang juga menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh dampak positif dan signifikan terhadap fasilitas *free WiFi* sehingga hipotesis tersebut diterima.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Fasilitas *Free WiFi*

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dalam mengelola fasilitas *WiFi* membuat pelanggan merasa kebutuhan mereka terpenuhi, sehingga mereka cenderung lebih puas dan nyaman menghabiskan waktu di Warkop Maesan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Suhardi *et al.* (2022) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi* sehingga hipotesis tersebut diterima.

Lokasi Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Fasilitas *Free WiFi*

Setelah dilakukan pengujian menggunakan *SmartPLS*, hasil uji hipotesis diketahui Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Meskipun warung kopi berada di lokasi yang mudah dijangkau, namun kepuasan pelanggan lebih ditentukan oleh kualitas koneksi *WiFi* yang disediakan. Pelanggan Warkop Maesan tetap merasa puas dengan fasilitas *free WiFi* yang ada tanpa mempertimbangkan jauh dekatnya lokasi, karena yang menjadi prioritas mereka adalah kestabilan dan kecepatan internet untuk menunjang aktivitas mereka selama berada di warung kopi Maesan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Jahani dan Rahmalina (2022) yang juga menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui fasilitas *free WiFi* sehingga hipotesis tersebut ditolak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

(1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warkop Maesan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (2) Lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Warkop Maesan tidak berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. (3) Fasilitas *free WiFi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas *free WiFi* yang disediakan oleh Warkop Maesan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap fasilitas *free WiFi* di Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin baik juga fasilitas *free WiFi* yang tersedia. (5) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap fasilitas *free WiFi* Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Warkop Maesan dapat mendukung peningkatan fasilitas *free WiFi*. (6) Fasilitas *free WiFi* sebagai variabel *intervening* berpengaruh positif dan signifikan serta dapat menjadi perantara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warkop Maesan. Ini menunjukkan bahwa fasilitas *free WiFi* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memengaruhi kepuasan pelanggan. (7) Fasilitas *free WiFi* sebagai variabel *intervening* berpengaruh negatif dan tidak signifikan serta tidak dapat menjadi perantara pengaruh lokasi

terhadap kepuasan pelanggan di Warkop Maesan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas *free WiFi* tidak dapat memperkuat hubungan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

(1) Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan metode pengumpulan data seperti wawancara atau observasi serta memasukkan variabel lain untuk hasil yang lebih komprehensif. (2) Warkop Maesan perlu meningkatkan keandalan pelayanan pada indikator (KPL.2), yang memiliki nilai rata-rata terendah 4,05, dengan memperbaiki konsistensi dan ketepatan waktu penyajian. (3) Promosi lokasi pada indikator (L.3), yang memiliki nilai rata-rata terendah 4,01, melalui media sosial dapat meningkatkan daya tarik Warkop Maesan dengan menonjolkan kemudahan akses. (4) Peningkatan cakupan dan stabilitas Free WiFi pada indikator (FW.3), dengan nilai rata-rata terendah 4,04, diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. (5) Pelatihan staf untuk meningkatkan keramahan dan responsivitas pada indikator (KP.2), yang memiliki nilai rata-rata terendah 4,01, dapat mendorong pelanggan berkunjung kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B., M. Marliyah., dan R. Syahriza. 2024. Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi: Studi Kasus Warung Kopi Di Jalan Letda Sujono. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 24-37
- Alfa, A. A. G., D. Rachmatin., dan F. Agustina. 2017. Analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan structural equation modeling partial least square. *Jurnal EurekaMatika*, 5(2), 59-71.
- Alwi, A. M. F., dan J. Mulyono. 2023. Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Menantea Cafe Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227-243.
- Amalia, F. N., B. Y. Ariadi., dan D. E. Widyastuti. 2022. Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Kedai Kopi Janji Jiwa dengan Kedai Kopi Kenangan di Kota Malang. *AGRIMOR*, 7(2), 45-53.
- Ardiansyah, F., dan K. Aprianti. 2020. Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(2), 163-169. Arianto, N., dan J. Muhammad. 2018. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarang*, 1(1), 107-115.
- Ariyanti, W. P., H. Hermawan., dan A. Izzuddin. 2022. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.
- Bachtiar, M. F., M. Wulandari., N. N. Sari, A. F. Nurfarichi, dan N. R. Sari. 2023. Analisis Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Layanan, Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan Express Di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 121-131.
- Cesariana, C., F. Juliansyah., dan R. Fitriyani. 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Market Place Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Firdiyansyah, I. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Bidang Ekonomi Manajemen dan Akuntansi)*. ISSN, 2598-8107.
- Fitriyani, S., dan A. W. Lestari. 2022. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Vitabiotics Utama Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan*, 1(1), 1-14.

- Gultom, D. K., M. Arif., dan M. Fahmi. 2020. Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Gunawan, A. E., dan A. Ghufrony. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Express Bahari Di Kabupaten Sumenep. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 1(2), 38-43.
- Halim, J. J. 2023. Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus pada Camp Kobes). *Keizai*, 4(1), 44-51.
- Hariaji, G. U., dan S. Iriyanto. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Warung Kopi Srintil di Temanggung). *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2).
- Harthawan, I. G. N. P., dan O. Arwana. 2024. Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Sumatra (Studi Kasus Kopi Sumarya). *Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(1), 12-32.
- Hermalia, W., R. Musfikar., dan K. Ar. 2019. Analisis Pengaruh Layanan Wi-Fi Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Motivasi Belajar Mahasiswa UIN Ar-Raniry. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 136-141.
- Hutagalung, Y. M., dan H. D. Waluyo. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209-215.
- Izzuddin, A., dan M. Muhsin. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Jailani, M. S., dan D. A. Saksitha. 2024. Tehnik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79-91.
- Khalid, T. M. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan (Studi kasus pada penghuni rumah kos 33 jati padang pasar minggu jakarta selatan). *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 68-81.
- Kholifah, S. H., Rusti, N., dan K. M. Nur. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Coffee Shop Kopi Pelarian). *Jurnal Javanica*, 2(2), 114-124.
- Lenaini, I. 2021. Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Lestari, A. A., R. Yuliviona, dan M. Liantifa. 2023. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587-592.
- Mariansyah, A., dan A. Syarif. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Muhtarom, A., M. I. Syairozi, dan H. L. Yonita. 2022. Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.
- Nawangsih, N., dan M. Mashariono. 2017. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Makmu Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(11).
- Noer, A. R., E. Kusnadi, dan Y. Praja. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Situbondo Sport Center Futsal Kabupaten Situbondo dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(1), 154-170.
- Pradana, F. 2018. Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan

- Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PT Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193-212.
- Pratiwi, A. R., dan M. Muzakki. 2021. Perceived Organizational Support Terhadap Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 111-120.
- Robyardi, E., T. Sinarti, A. Mulyani, dan D. A. D. Ananda. 2022. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Grab Di Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 19(2), 219-235.
- Rohaeni, H., dan N. Marwa. 2018. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Rohani, N. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pln (Persero) Rayon Selayar. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 11(2).
- Rosalia, I., dan M. Lestariningsih. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(3).
- Rumajar, M. D., A. L. Tumbel, dan W. Djemly. 2022. Pengaruh Lokasi dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 266-275.
- Sari, D. P. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Selfiyani, F. P. A., Hadiyati, E., dan N. A. Santoso. 2023. Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dan Reward Terhadap Kinerja Dengan Mediasi Motivasi Pegawai Pada Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 156-170.
- Setiawan, B. P., dan A. Frianto. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Subawa, I. G. B., dan E. Sulistyawati. 2020. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Suhardi, Y., Z. Zulkarnaini, A. Burda, A. Darmawan, dan A. N. Klarisah. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31-41.
- Supangkat, D. A., R. Arifin, dan M. Hufon. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(07).
- Suprianto, S. 2020. Implementasi Algoritma Naive Bayes Untuk Menentukan Lokasi Strategis Dalam Membuka Usaha Menengah Ke Bawah di Kota Medan (Studi Kasus: Disperindag Kota Medan). *Jurnal Sistem Komputer dan Informatika*, 1(2), 125-130.
- Syahidin, S., dan A. Adnan. 2022. Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Taan, H., Abdussamad, Z. K., dan I. Palangka. 2020. Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Grand Q Hotel Kota Gorontalo. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 53-65.
- Tampanguma, I. K., J. A. Kalangi, dan O. F. Walangitan. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7-12.
- William, W., dan T. Purba. 2020. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).