

PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI SURF CAFÉ KOTA BIMA)

Azwar Tryadi¹ Muhajirin²

Manajemen Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB. Indonesia

Email: azwartryadistiebima17@gmail.com

Abstrack

In a modern era like today, business opportunities in the culinary world continue to grow and almost never subside, making business in this field very promising. One of the phenomena we encounter is the increasing number of culinary businesses. This study aims to see the effect of physical evidence on customer satisfaction. The research method in this research is quantitative with associative research type. Based on the results of hypothesis testing carried out in this study, it is found that physical evidence has a significant effect on customer satisfaction.

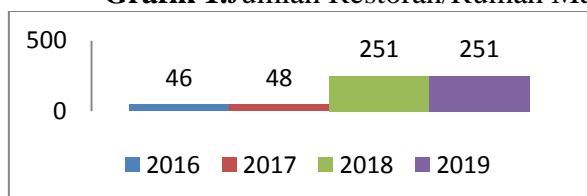
Keyword: *Physical Evidence and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada era yang modern seperti saat ini peluang usaha di dunia kuliner kian terus berkembang dan nyaris tidak pernah surut, sehingga menjadikan usaha di bidang ini sangat menjanjikan. Salah satu fenomena yang kita temui adalah semakin banyaknya usaha kuliner. Usaha kuliner ini seakan menjamur di wilayah tempat tinggal kita yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga tentunya meraih keuntungan dari peluang tersebut.

Diantara usaha kuliner yang sedang digemari dewasa ini ialah membangun bisnis *café* lantaran banyak diminati penikmat kuliner. Semakin banyaknya usaha *café* yang berdiri tentu menciptakan persaingan dalam bisnis ini juga makin kuat, hal itu membuat manajemen bisnis memerlukan ide-ide yang strategik untuk menarik minat konsumennya. Tidak sedikit yang kita dengar dan kita ketahui dari ungkapan-ungkapan bahwa konsumen cenderung tertarik mencari tempat yang memiliki sarana atau bukti fisik (*physical evidence*) yang menurut mereka unik, nyaman, dan instagramable. Pengelola *café* tentu menyadari bahwa desain dan penataan tempat usaha (*interior*) akan mempengaruhi perhatian dan *mood* pengunjung sehingga menciptakan rasa yang nyaman dan menyenangkan. Oleh karena itu bukti fisik (*physical evidence*) merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus oleh pengelola *café* karena tidak dapat dipungkira bahwa peran dari suasana hingga fasilitas yang menarik (*interior dan eksterior*) akan berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen yang nantinya berdampak pada kepuasan konsumen bahkan ke loyalitas konsumen.

Grafik 1. Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bima 2016-2019



Sumber : Pariwisata.bimakota.go.id

Berdasarkan Grafik 1 diatas, pada tahun 2016 jumlah unit usaha rumah makan/restoran yang ada di Kota Bima sebanyak 46 unit dan pada tahun 2017 bertambah 2 unit menjadi 48 unit. Kemudian pada tahun 2018 jumlahnya meningkat

drastis menjadi 251 unit. Namun pada tahun 2019 jumlah unit usaha rumah makan/restoran di Kota Bima tidak mengalami kenaikan dan penurunan atau tetap sebanyak 251 restoran. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah restoran/rumah makan di Kota Bima mengalami kenaikan dari tahun ke tahun meskipun pada tahun 2019 tidak mengalami perubahan (tetap).

Salah satu *café* sebagai tempat nongkrong atau *refreshing* dan objek kuliner yang terkenal di Kota Bima adalah Surf *Café*, yang beralamat di Jl. Sultan M. Salahuddin Amahami Kel. Dara Kec. Rasanae Barat Kota Bima. Surf *Cafe* merupakan salah satu *cafe* kekinian yang telah lama dikenal di kalangan pecinta tempat-tempat nongkrong di Kota Bima khususnya kaum milenial. Tidak dapat dipungkiri bahwa Surf *Café* menjadi tempat yang cukup banyak dipilih, selain untuk sekedar nongkrong, berkumpul, bersantai, juga bahkan bekerja kelompok lantaran tersedianya fasilitas *Wifi* yang bisa digunakan bagi para konsumennya, serta fasilitas-fasilitas lainnya seperti, tempat duduk dan meja sebagai interior modern yang santai nan nyaman. Dengan posisi bangunan yang menghadap ke barat pengunjung akan dimanjakan oleh pemandangan laut dan *sunset* yang indah pada sore harinya dan pada malam harinya selalu ada pertunjukkan *live* musik akustik sehingga pengunjung akan merasa terhibur. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Physical evidence* terhadap Kepuasan Konsumen di Surf *Café* Kota Bima”.

TINJUAN PUSTAKA

1. *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Definisi bukti fisik menurut Ziethaml dan Bitner yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati (2015: 64) menyatakan bahwa “Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan”. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2016: 120) Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peran jasa itu”.

Menurut Assauri (2010: 98), indikator *physical devidence* yaitu, sebagai berikut:

- a. Lingkungan, yaitu lingkungan dengan kondisi yang nyaman serta menarik pada *internal* maupun *eksternal* lokasi usaha.
- b. Tata letak, yaitu berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak lihat.
- c. Fasilitas tambahan, yaitu dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.

2. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2015:35) kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Lalu menurut Fandy Tjiptono (2015:146) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”.

Menurut Daryanto (2014:53) indikator kepuasan konsumen yaitu:

- a. Kualitas jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila pembeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
- b. Harga. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi

pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

- c. Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat tergantung pada 3 hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
- d. Faktor emosional. Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok yang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh *Physical evidence* terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Ary Setyaningrum, dkk (2015: 304) "*Physical evidence* adalah bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa. Kualitas lingkungan jasa yang baik secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa yang diterima". Penelitian yang dilakukan oleh Shinta Indah Permatasari dan R. Sugeng Basuki (2018), Sari dan Medyani (2018) serta Ramadhona dan Basuki (2017) menyatakan bahwa *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Berpikir



Bagan 1. Kerangka Berpikir

Perumusan Hipotesis Penelitian Sebagai Berikut:

Menurut Sugiyono (2019), hipotesis adalah sebuah dugaan atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan.

H₀: $\mu \neq \mu_0$ Bukti fisik (*physical evidence*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Surf *Café* Kota Bima.

H_a: $\mu = \mu_a$ Bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Surf *Café* Kota Bima.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2016: 26). Yaitu pengaruh *Physical Evidence* terhadap kepuasan konsumen pada Surf *Café* Kota Bima.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono (2018, p. 81). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Surf Café Kota Bima.

Sampel

Penarikan sampel menurut Malhotra (2006:291) disebutkan dalam buku riset pemasaran paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 11 item pertanyaan sehingga diperoleh sampel sebanyak 55 sampel (11 item pertanyaan x 5).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonrandom sampling* yaitu teknik yang pengambilan sampel tidak dipilih secara acak dengan metode *purposive sampling*, karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Surf Café Kota Bima.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada 2, yaitu: (1) Data Primer yang diperoleh dari angket/kuesioner yang dilakukan dengan cara dibagikan seperangkat pertanyaan/ pernyataan tertulis kepada pengunjung Surf Café; dan (2) Data Sekunder yang diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi.

Teknik analisis data

1. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan sebuah item dengan total-total item tersebut valid dengan standar nilai r hitung lebih dari 0,300.

b. Uji reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2018) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan kuesioner yang merupakan indikator dan variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan yang dinyatakan reliabilitas jika nilai *cronba alfa* lebih besar dari 0,600.

2. Regresi linier sederhana

Menurut Sugiyono (2018, p. 148) regresi sederhana berdasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terkait, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terkait apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan.

3. Koefisien korelasi dan koefisien determinasi

a. Koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi tujuannya untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terkait, serta untuk menunjukkan kuat atau

tidaknya hubungan linear antar variabel. Korelasi positif atau negatif menandakan apakah hubungan keduanya saling searah atau tidak.

b. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terkait. Nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R²* antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R²* yang mendekati satu, yang artinya menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (X) yang besar terhadap variabel terkait (Y). Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R²* semakin kecil atau mendekati nol, maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terkait (Y) (Ferdinand, 2014, p. 241)

4. Uji parsial (T-test).

Menurut Ghozali (2018, 152) Mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen.

Operasional Variabel

a. *Physical Evidence* (X)

Physical Evidence adalah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung jalannya suatu bisnis.

b. **Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas, dan pelayanan yang disediakan.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R hitung	R table	Keterangan
1	<i>Physical Evidence</i>	X1.1	0,631	0,266	Valid
		X1.2	0,741	0,266	Valid
		X1.3	0,645	0,266	Valid
		X1.4	0,597	0,266	Valid
		X1.5	0,654	0,266	Valid
2	Kepuasan Konsumen	Y.1	0,643	0,266	Valid
		Y.2	0,668	0,266	Valid
		Y.3	0,794	0,266	Valid
		Y.4	0,562	0,266	Valid
		X2.5	0,710	0,266	Valid
		X2.6	0,772	0,266	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 1 diatas, diperoleh nilai r hitung > r table sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa item-item kuesioner dalam penelitian ini telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel dan Indikator	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Variabel <i>Physical Evidence</i> (X)	0.663	> 0,6	Reliabel
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	0.783	> 0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* = 0,663 dan 0,783 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan adalah reliable atau konsisten.

2. Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.060	2.685		1.884	.065
	<i>Physical Evidence</i>	.819	.159	.577	5.149	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 3 diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana ialah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,060 + 0,819X$$

Keterangan :

a = 5,060 artinya jika *physical evidence* (X) sama dengan 0 (nol) maka nilai konsisten kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 5,060.

b = 0,819 artinya jika *physical evidence* (X) mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,819

3. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

a. Koefisien Korelasi

Tabel 4. Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.321	2.234

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 4 diatas, diperoleh nilai R = 0,577 yang artinya hubungan antara *physical evidence*(X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 57,7%.

Tabel 5. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:250)

Berdasarkan Tabel 5 diatas, maka hubungan antara *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen adalah sedang.

b. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.321		2.234

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 6 diatas, diperoleh nilai $R^2 = 0,333$ yang artinya hubungan antara *physical evidence*(X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 33,3% sedangkan sisanya yaitu sebesar 66,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Parsial (*T-test*)

Tabel 7. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.891	1.348		1.403	.164
	Kualitas Produk	.134	.081	.188	1.658	.101

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 7 diatas, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,149 > t_{tabel} 2,006$ maka H_a diterima artinya *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shinta Indah Permatasari dan R. Sugeng Basuki (2018), Sari dan Medyani (2018) serta Ramadhona dan Basuki (2017) yang menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *physical evidence* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Surf Café Kota Bima.

2. Saran

- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain misalnya proses, sikap konsumen dan lain-lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta dalam ruang lingkup yang lebih luas lagi atau menambah objek sebagai pembanding dalam variabel penelitian.
- Bagi perusahaan tidak perlu takut memberikan izin penelitian karena tujuan dari penelitian hakikatnya bukanlah menjatuhkan nama perusahaan akan tetapi membantu mengetahui sejauh mana penilaian atau respon konsumen terhadap topik dalam variabel penelitian, serta sebagai tolak ukur perusahaan dalam berinovasi apabila mendapatkan penilaian kurang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Daryanto. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Hurriyati, Ratih. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta
- Malhotra, Naresh K. 2006. Marketing Research An Applied Orientation. Prestice Hall
Pariwisata.bimakota.go.id
- Permatasari, Sinta Indah dan R. Sugeng Basuki.2018. Pengaruh *Physical evidence*, People, dan Process terhadap Kepuasan Pelanggan di Salon NICO Sawojajar Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, 4(1): 293-297
- Ramadhona, V., & Basuki, S. 2017. Pengaruh People Dan *Physical evidence* Terhadap Kepuasan pelanggan Di Grapari Telkomsel Kediri. Jurnal Aplikasi Bisnis, 37-41
- Sari, Indah Purnama dan Tiara Elsy Medyani. 2018. Harga dan *Physical evidence* terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal. Jurnal LPP Munindra, 10(2):115-120
- Setyaningrum, Ary., dkk. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- , 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sunoyo, Danang. 2015. Strategi Pemasaran: Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen. Yogyakarta: CAPS (*Center For Academic Publishing Service*).
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.