

**PENGARUH *PEOPLE*, *PROCESS*, DAN *PHYSICAL EVIDENCE*  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI  
(STUDI KASUS DI CAFÉ JANGKAR MOJOAGUNG)**

Syerla Sylvia Karinto<sup>1\*</sup>, Muhyiddin Zainul Arifin<sup>2</sup>, Khotim Fadhlil<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Manajemen

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Email: <sup>1</sup>[syerlasylviakariant0896@gmail.com](mailto:syerlasylviakariant0896@gmail.com), <sup>3</sup>[khotim@unwaha.ac.id](mailto:khotim@unwaha.ac.id)

<sup>2</sup>Sistem Informasi

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Email: <sup>2</sup>[muhyiddin99@unwaha.ac.id](mailto:muhyiddin99@unwaha.ac.id)



©2018 –JoEMS Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

**ABSTRACT**

*The emergence of the Corona Virus (COVID-19) at the beginning of 2020 had a huge impact throughout Indonesia, especially for MSMEs, which experienced a decline in the midst of increasingly advanced world economic developments. Anchor café is one of the cafés in the Rejoslamet Mojoagung Jombang area, this café was established in 2020 and is a café whose ingredients are original ingredients from Indonesia. This study aims to determine the effect of People, Process and Physical Evidence on Consumer Satisfaction at Café Jangkar Mojoagung. This study is causal associative, namely to determine the effect or also the relationship between two or more variables. The sample in this study amounted to 100 obtained from consumer or customer data from Café Anchor. The data in this study were observed from the calculation of the questionnaires that had been distributed and interviews with the parties concerned. The results of the study indicate that there is an effect of People, Process and Physical Evidence together on Consumer Satisfaction at Café Jangkar Mojoagung. While partially, only People and Physical Evidence variables have an effect on Consumer Satisfaction, while the Process variable has no effect on Consumer Satisfaction.*

**Keywords:** *People, Process, Physical Evidence, Consumer Satisfaction.*

**ABSTRAK**

Munculnya Corona Virus (COVID-19) di awal tahun 2020 sangat berdampak diseluruh Indonesia khususnya bagi pelaku UMKM mengalami penurunan ditengah semakin majunya perkembangan ekonomi dunia. Jangkar café merupakan salah satu café yang ada di daerah Rejoslamet Mojoagung Jombang, café ini mulai berdiri pada tahun 2020 dan merupakan café yang bahan-bahannya merupakan bahan asli dari Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung. Penelitian ini bersifat asosiatif kausal yaitu untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 yang diperoleh dari data konsumen atau pelanggan dari Café Jangkar. Data dalam penelitian ini di amati dari kalkulasi kuesoner yang telah disebarakan serta wawancara yang dilakukan kepada pihak yang bersangkutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung. Sedangkan secara parsial hanya variabel *People* dan *Physical Evidence* yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan variabel *Process* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

**Kata kunci:** *People, Process, Physical Evidence, Kepuasan Konsumen.*

## **PENDAHULUAN**

Munculnya Corona Virus (COVID-19) di awal tahun 2020 sangat berdampak diseluruh Indonesia khususnya bagi pelaku UMKM mengalami penurunan ditengah semakin majunya perkembangan ekonomi dunia. Jangkar Cafe merupakan salah satu cafe yang ada di daerah Rejoslamet Mojoagung Jombang, cafe ini mulai berdiri pada tahun 2020 dan merupakan cafe yang bahan-bahannya merupakan bahan asli dari Indonesia. Jangkar cafe memiliki tempat yang nyaman dan strategis yaitu dekat dengan kecamatan Mojoagung. Jadi dengan melihat latar belakang permasalahan diatas, maka pada kesempatan kali ini peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung dimasa pandemi”.

### **1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler (2004:7) Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan untuk menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

### **2. Pengertian Marketing Mix 7P**

Konsep bauran pemasaran tradisional (traditional marketing mix) terdiri dari 4P yaitu product (produk), price (harga), promotion (promosi), place (tempat atau lokasi). Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas

(expanded marketing for services) dengan penambahan unsur non-traditional marketing mix, yaitu people (orang), process (proses) dan physical evidence (bukti fisik), sehingga menjadi tujuh unsur (7P).

### **3. People**

Menurut Zeithaml and Bitner (2008) dalam Donni Juni Priansa (2017:37), people merupakan orang yang memberi persepsi kepada konsumen tentang kualitas jasa yang pernah di belinya di perusahaan, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap proses pembelian jasa yang bersangkutan.

### **4. Process**

Menurut Zeithaml and Bitner (2006) Process adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

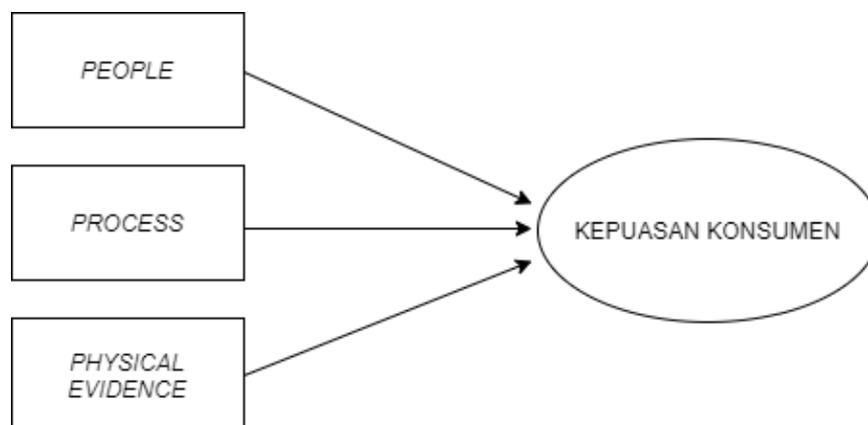
### **5. Physical Evidence**

Menurut Lupiyando, Rambat dan Hamdani (2009:71) Physical Evidence adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen.

### **6. Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013:35) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

## **7. Kerangka Konsep**



Berdasarkan kerangka konsep diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) yaitu People (X1), Process (X2), dan Physical Evidence (X3).

## 8. Hipotesis

- a. Variabel People
  - Ho : People tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
  - Ha : People berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
- b. Variabel Process
  - Ho : Process tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
  - Ha : Process berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
- c. Variabel Physical Evidence
  - Ho : Physical Evidence tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
  - Ha : Physical Evidence berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
- d. Variabel People, Process, Physical Evidence
  - Ho : People, Process, Physical Evidence tidak berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
  - Ha : People, Process, Physical Evidence berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jangkar Mojoagung di masa pandemi.

## METODE

### 1. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015:7) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang digunakan pada instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 2. Variabel

#### a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah People

(X1), Process (X2), Physical Evidence (X3).

#### b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017:39). Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

### 3. Populasi, Sampel, dan Sampling

#### a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pelanggan atau konsumen Cafe Jangkar di wilayah Mojoagung.

#### b. Sampel

Sampel penelitian ini adalah 100 orang Pelanggan atau konsumen Di Cafe Jangkar Mojoagung.

#### c. Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Maka kriteria yang ditetapkan oleh peneliti adalah pelanggan atau konsumen yang pernah membeli di Café Jangkar minimal satu kali pada masa pandemi Covid 19.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2008:401), teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan mendapatkan data adalah tujuan utama dari penelitian.

#### a. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada pihak manajer pada Cafe Jangkar Mojoagung untuk memperoleh informasi mengenai kepuasan konsumen di Café Jangkar Mojoagung.

#### b. Observasi

Observasi yaitu menggali data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung oleh peneliti guna memperoleh data yang lebih lengkap dan dipertanggung jawabkan kevalidannya.

#### c. Kuesioner

Dalam penelitian skala pengukuran yang digunakan adalah skala likerst. Menurut Sugiyono (2015:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

### 5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur

sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:52).

**b. Uji Reliabilitas**

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47).

**6. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2015:147) analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

**a. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:154)

**2) Uji Linearitas**

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier (Sa'adah, 2019:82-84).

**3) Uji Multikolinieritas**

Tujuan dari uji multikolinieritas yaitu untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Santoso, 2000:203).

**4) Uji Autokorelasi**

Menurut Sa'adah (2019:86) asumsi penting lain dari model regresi linier klasik

adalah bahwa tidak ada autokorelasi atau kondisi yang berurutan diantara gangguan (disturbance)  $U_i$  yang masuk kedalam fungsi regresi populasi.

**5) Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

**b. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predicator (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Merupakan parametric yaitu analisis yang menggunakan skala data interval dan rasio. Manfaat menggunakan analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan turunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak. (Sa'adah, 2019:102).

Untuk menjawab hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien korelasi

X1= People

X2= Process

X3= Physical Evidence

e = Standar eror

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dapat dijelaskan bahwa responden perempuan sebanyak 72 orang (72%) sedangkan responden laki-laki yaitu sebanyak 28 orang (28%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar konsumen yang sudah membeli di Café Jangkar Mojoagung pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

**2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Dapat dijelaskan bahwa responden konsumen yang sudah membeli di Café Jangkar Mojoagung berdasarkan umur paling banyak adalah umur 21-30 tahun sebanyak 63 orang (63%), lalu responden berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 22 orang (22%), responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 12 orang (12%), sedangkan responden yang membeli di Café Jangkar Mojoagung yang paling sedikit berumur lebih dari 40 tahun sebanyak 3 orang (3%).

**3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Dapat dijelaskan bahwa responden konsumen yang sudah membeli di Café Jangkar Mojoagung sebagian besar bekerja sebagai mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 42 orang (42%), sedangkan responden yang karyawan berjumlah 26 orang (26%), lalu responden yang pelajar berjumlah 15 orang (15%), responden yang wiraswasta berjumlah 4 orang (4%) dan responden yang terakhir sebagai lainnya berjumlah 18 orang (18%). Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang

membeli di Café Jangkar Mojoagung di dominasi oleh konsumen bekerja sebagai mahasiswa dengan presentasi 42%.

**a. Uji Validitas**

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Jumlah Pertanyaan	Keterangan
1	<i>People</i>	7	Valid
2	<i>Process</i>	6	Valid
3	<i>Physical Evidence</i>	5	Valid
4	Kepuasan Konsumen	10	Valid

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel *People*, *Process*, *Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen yaitu valid.

**b. Uji Reliabilitas**

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alfa	Nilai Sig	Keterangan
1	<i>People</i>	0,766	0,60	Reliabel
2	<i>Process</i>	0,752	0,60	Reliabel
3	<i>Physical Evidence</i>	0,759	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,761	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh item pernyataan dari variabel *People*, *Process*, *Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen nilai alfa > nilai sig (0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut reliabel.

**c. Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 3.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.390	1.927		2.797	.006
	People	.600	.105	.457	5.737	.000
	Process	.149	.136	.100	1.096	.276
	PhysicalEvidence	.711	.135	.406	5.272	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.390 + 0,600 X_1 + 0,149 X_2 + 0,711 X_3$$

$$Y = 5.390 + 0,600 \textit{People} + 0,149 \textit{Process} + 0,711 \textit{Physical Evidence}$$

Kemudian, dari persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5.390 dapat diartikan apabila variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* dianggap nol, maka Kepuasan Konsumen di Café Jangkar Mojoagung pada masa pandemi covid-19 akan sebesar 5,390 atau tanpa adanya *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*, maka Kepuasan Konsumen di Café Jangkar Mojoagung memiliki nilai sebesar 5,390.

- 2) Nilai koefisien beta pada variabel *People* sebesar 0,600
- 3) Nilai koefisien beta pada variabel *Process* sebesar 0,149
- 4) Nilai koefisien beta pada variabel *Physical Evidence* sebesar 0,711

**d. Uji T ( Parsial )**

**Tabel 4.** Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardize		
		Coefficients		d		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.390	1.927		2.797	.006
	People	.600	.105	.457	5.737	.000
	Process	.149	.136	.100	1.096	.276
	PhysicalEviden ce	.711	.135	.406	5.272	.000

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Berdasarkan hasil tersebut, penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

1) *People*

Hasil statistik uji t untuk variabel *People* diperoleh nilai t hitung 5,737 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,600, maka hipotesis menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh *People* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung.

2) *Process*

Hasil statistik uji t untuk variabel *Process* diperoleh nilai t hitung 1,096 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,276 > 0,05$ ,  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,149, maka hipotesis menyatakan bahwa “Tidak terdapat pengaruh *Process* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung.

3) *Physical Evidence*

Hasil statistik uji t untuk variabel *Physical Evidence* diperoleh nilai t hitung 5,272 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,711, maka hipotesis menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung.

**e. Uji F (Simultan)**

**Tabel 5.** Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of		Mean		
		Squares	Df	Square	F	Sig.
1	Regression	2394.753	3	798.251	94.667	.000 <sup>b</sup>
	Residual	809.487	96	8.432		
	Total	3204.240	99			

- a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen
- b. Predictors: (Constant), PhysicalEvidence, People, Process

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang diperoleh angka F hitung sebesar  $94,667 > F$  tabel sebesar 3,09 ( $94,667 > 3,09$ ) dan Nilai Sig, ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya People (X1), Process (X2), dan Physical Evidence (X3), berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh *People* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil statistik uji t untuk variabel *People* diperoleh nilai t hitung 5,737 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,600, maka hipotesis menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh *People* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa pandemi.

Dari hasil penelitian tersebut variabel *people* mempengaruhi kepuasan konsumen dengan hal ini pihak café jangkar sudah memberikan pelayanan yang cukup baik kepada para konsumen lewat karyawan yang sopan, baik dan komunikatif dengan para pelanggan café jangkar mojoagung.

### **2. Pengaruh *Process* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil statistik uji t untuk variabel *People* diperoleh nilai t hitung 1,096 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,276 > 0,05$ ,  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,149, maka hipotesis menyatakan bahwa “Tidak terdapat pengaruh *Process* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa pandemi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *process* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini di sebabkan masih kurangnya kecepatan dalam penyajian serta kurang dalam menanggapi keluhan yang di sampaikan oleh konsumen café jangkar.

### **3. Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil statistik uji t untuk variabel *Physical Evidence* diperoleh nilai t hitung 5,272 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,711, maka hipotesis menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen Café Jangkar

Mojoagung di masa pandemi.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dengan begitu diperhatikannya kebersihan dilingkungan café yang membuat konsumen merasa nyaman serta fasilitas-fasilitas tambahan yang diberikan oleh pihak café yang membuat para konsumen tertarik untuk berkunjung ke café jangkar.

### **4. Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji F (simultan), *People, Process, Physical Evidence* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di masa pandemi.

Sedangkan dari uji determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini diperoleh R Square sebesar nilai 0,747 atau 74,7%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel indeenden (*People, Process, Physical Evidence*) terhadap variabel dependen (*Kepuasan Konsumen*) sebesar 74,7% sedangkan sisanya 25,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel yang digunakan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka di tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial dapat di tarik kesimpulan variabel *people* (X1), berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
2. Hasil uji parsial dapat di tarik kesimpulan variabel *process* (X2), tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa pandemi.
3. Hasil uji parsial dapat di tarik kesimpulan variabel *physical evidence* (X3), berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa

pandemi.

4. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa *people, process* dan *physical evidence* berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen Café Jangkar Mojoagung di masa pandemi.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Variabel *people* pihak café jangkar disarankan agar terus meningkatkan komunikasi yang baik dengan para konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh café jangkar.
2. Variabel *process* disarankan bagi pihak café jangkar agar lebih meningkatkan lagi kecepatan dalam penyajian dan lebih mendengarkan masukan atau keluhan dari para konsumen agar mereka tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan di café jangkar.
3. c. Variabel *physical evidence* disarankan agar dari pihak café jangkar agar bisa terus menjaga kebersihan dan kenyamanan konsumen di lingkungan café, dan atau memberikan fasilitas tambahan yang bisa membuat konsumen lebih tertarik untuk datang ke café jangkar.

Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Its Milk Cilacap. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 47–67.

Sa'adah, Lailatus, SE.MM. (2019). *Analisis Data Statistik Dengan Aplikasi IBM SPSS 25 & EVIEWS 10*. Jombang

Simangunsung, M., & Utara, U. S. (2018). Pengaruh *People, Process* Dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Brooklyn Barbershop Jln. Letjen S Parman No. 188 A/b Medan). 188, 1–125.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

<http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman/article/view/2891>

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Victoria Jakarta ( mahasiswa Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana). (2014). IV(2), 249–259.
- Dr. Darmanto, M. ., & Drs. Sri Wardaya, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa , Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. STIE St. Pignatelli Surakarta, 9, 87–89.  
[http://www.stiepignatelli.ac.id/foto\\_berita/files/9. Buku pemasaran.pdf](http://www.stiepignatelli.ac.id/foto_berita/files/9. Buku pemasaran.pdf)
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21Update Pls Regresi Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ibad, S., Arifin, R., & Priyono, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Product, Price, Place, Promotion, Process, people, and Physical Evidence*) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu & Riset MANajemer*, 6(10), 167–179.
- Marsono. (2018). Pengaruh *People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price* dan