



## Pengaruh Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan

Meisya Yusrilia<sup>1\*</sup>, Arman Syukur Zai<sup>2</sup>, Rolinda Roito Sinaga<sup>3</sup>, Bayu Teta<sup>4</sup>  
<sup>1-4</sup> STIE IBMI Medan, Indonesia

Alamat: Jl. Perniagaan Baru No.33A, Kesawan, Medan Barat, Kota Medan  
Korespondensi penulis: [namakumesi@gmail.com](mailto:namakumesi@gmail.com) \*

**Abstract:** This research aims to analyze the effect of taste and service quality on customer satisfaction at Hilande Koffie Medan. As the café business continues to grow in urban areas, customer satisfaction becomes a key factor in business sustainability. Hilande Koffie, located in Medan, offers a variety of pastries and beverages that attract many customers, yet some inconsistencies in taste and service have raised concerns. This study uses a quantitative method with a sample of 45 respondents, applying multiple linear regression analysis through SPSS version 25. The results show that both taste and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, either partially or simultaneously. The coefficient of determination (Adjusted R<sup>2</sup>) shows that 65% of the variation in customer satisfaction can be explained by the two independent variables. The findings suggest that maintaining consistency in taste and improving staff professionalism are crucial in enhancing overall customer experience. Therefore, Hilande Koffie is recommended to continuously evaluate and improve both aspects to increase customer satisfaction and loyalty.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Service Quality, Taste

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hilande Koffie Medan. Seiring berkembangnya usaha kafe di daerah perkotaan, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan bisnis. Hilande Koffie yang berlokasi di Medan menawarkan beragam menu pastry dan minuman yang menarik minat pelanggan, namun ditemukan ketidakkonsistenan rasa dan pelayanan yang menjadi keluhan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 45 responden dan analisis regresi linear berganda melalui SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik cita rasa maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) menunjukkan bahwa 65% variasi dalam kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsistensi cita rasa dan peningkatan profesionalisme karyawan sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, Hilande Koffie disarankan untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan kedua aspek tersebut guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Rasa, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

### 1. LATAR BELAKANG

Usaha kafe merupakan salah satu sektor bisnis yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap tempat makan dan bersantai yang nyaman. Dengan konsep yang lebih modern dibandingkan usaha kuliner tradisional, kafe tidak hanya menawarkan makanan dan minuman, tetapi juga pengalaman bersantap yang santai dan estetis bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner, terutama kafe, sangat dipengaruhi oleh cita rasa dan kualitas pelayanan.

Salah satu kafe yang berkembang pesat di Kota Medan adalah Hilande Koffie Medan. Berlokasi di Ringroad, Jl. Gagak Hitam, Sunggal, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Kafe ini menawarkan berbagai pilihan menu pastry seperti Butter Croissant, Raisin Roll, Palmier Cookies, Tuna Croissant, Butter Kaya Croissant, Plain Croffle, Pretzel, Kouign Amann, Cappuccino Croissant dan lain-lain.

Kepuasan pelanggan, menurut Adhari (2021), adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan pengalaman yang diharapkan konsumen dengan apa yang sebenarnya terjadi. Peneliti melakukan wawancara dengan 40 pelanggan Hilande Koffie Medan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan hasilnya ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Wawancara**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>	<b>Persentase</b>
Pelanggan Yang Merasa Puas	35	87.5%
Pelanggan Yang Merasa Tidak Puas	5	12.5%
<b>Total Responden</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hilande Koffie Medan (2025)*

Berdasarkan hasil tabel di atas ada sebanyak 5 orang pelanggan dengan persentase 12,5 % merasa tidak puas dengan layanan di Hilande Koffie Medan. Beberapa alasan ketidakpuasan pelanggan antara lain ketidakkonsistenan rasa pada beberapa menu, waktu tunggu yang lama, serta perilaku beberapa karyawan yang kurang ramah saat melayani pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam industri kuliner, cita rasa sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Darmawan et al. (2024) cita rasa sendiri adalah sebuah cara pemilihan makanan melalui atribut bau, rasa, tekstur, dan suhu. Hilande Koffie Medan terkenal dengan berbagai macam kue dan minuman berkualitas tinggi. Namun, beberapa pelanggan mengeluhkan rasa yang tidak konsisten di beberapa menu, seperti kue yang kadang-kadang memiliki rasa yang sama atau minuman yang tidak selalu memiliki rasa yang sama.

Kualitas pelayanan di industri kuliner sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menurut Sijabat & Halimatussakdiah (2022), adalah perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dari layanan dan apa yang mereka pikirkan tentangnya setelah menerimanya. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan ada beberapa pelanggan

Hilande Koffie Medan mengeluhkan pelayanan yang tidak profesional, seperti pelayan yang berbicara terlalu keras sehingga mengganggu suasana kafe, selain itu masih ada karyawan yang tidak ramah terhadap pelanggan serta waktu tunggu yang lama untuk pesanan.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan, menurut Fandy & Anastasia (2022), adalah tingkat perasaan yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil nyata dari suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Jika kinerja sesuai atau melampaui harapan, pelanggan akan merasa puas, jika kinerja kurang dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Pendapat lain dari Kotler & Keller (2016), mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan persepsi mereka tentang kinerja atau hasil dari suatu produk dengan apa yang mereka harapkan.

### **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Fandy & Anastasia (2022), yaitu sebagai berikut:

#### **1. Kualitas Produk**

Pelanggan merasa puas apabila barang atau jasa yang mereka terima sesuai atau melebihi harapan mereka.

#### **2. Kualitas Pelayanan**

Pelanggan akan lebih bahagia jika dilayani dengan cepat, sopan, dan profesional.

#### **3. Harga**

Pelanggan menjadi puas apabila mereka merasa harga yang mereka bayar sebanding dengan keuntungan atau nilai yang mereka peroleh.

### **Cita Rasa**

Menurut Rahmawati et al (2023), cita rasa adalah komponen utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Cita rasa yang baik akan membuat pelanggan memiliki pengalaman yang menyenangkan dan meninggalkan kesan positif pada produk yang dikonsumsi. Sejalan dengan itu Zulfa et al. (2022) mengatakan bahwa cita rasa adalah suatu produk yang menentukan yang diterimanya oleh konsumen yang ditimbulkan oleh berbagai indera pada waktu mengkonsumsi.

### **Indikator Cita Rasa**

Indikator Cita Rasa yang dikemukakan oleh Rahmawati et al (2023), yaitu sebagai berikut:

**1. Kelezatan rasa**

Menunjukkan seberapa nikmat makanan atau minuman yang dikonsumsi oleh pelanggan.

**2. Kesesuaian rasa dengan ekspektasi**

Menggambarkan apakah rasa produk sesuai dengan harapan atau selera pelanggan.

**3. Konsistensi rasa**

Menilai apakah rasa produk tetap stabil dan tidak berubah setiap kali dikonsumsi.

**Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan, menurut Muspiha (2022), adalah tingkat keunggulan layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kepuasan yang mereka rasakan. Layanan yang berkualitas harus mampu memberikan kenyamanan, perhatian, dan kepuasan pelanggan secara konsisten. Sedangkan Mariansyah & Syarif (2020), menyatakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima elemen utama, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Setiap elemen menunjukkan seberapa konsisten suatu layanan dapat memenuhi harapan pelanggan.

**Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Mariansyah & Syarif (2020), yaitu sebagai berikut:

**1. Keandalan pelayanan**

Menggambarkan bagaimana perusahaan dapat memberikan layanan yang tepat dan sesuai dengan janjinya.

**2. Kecepatan tanggapan**

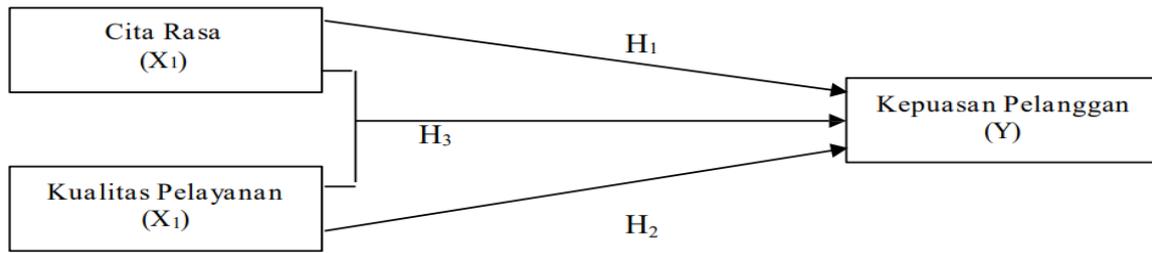
Menunjukkan kesiapan dan kesigapan karyawan memberikan layanan dengan cepat.

**3. Jaminan pelayanan**

Menilai pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan.

**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah dasar pemikiran yang menggambarkan korelasi yang logis antar variabel yang akan dianalisis di dalam sebuah penelitian (Kita et al., 2025). Rancangan kerangka konseptual dibuat berdasarkan kajian pustaka, dengan penyesuaian dan pengembangan hasil dari penelitian terdahulu (Zebua & Nurhayati, 2025). Berikut adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

### Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban awal atau kesimpulan sementara hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variable dependen sebelum dilakukannya penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian (Teta, 2024). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub> :Citra Rasa Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan
- H<sub>2</sub> :Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan
- H<sub>3</sub> :Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan

### 3. METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS versi 25). Jumlah sampel dalam penelitian ini di peroleh menggunakan rumus dari Hair, et al 2019). Ketika jumlah populasi tidak diketahui karena objek penelitian yang terlalu luas, maka sampel dapat dihitung dengan mengambil 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Berdasarkan perhitungan ini, penelitian ini memperoleh sampel sebesar 5 di kali 9 indikator, yaitu 45 pelanggan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada setiap pelanggan yang pernah mengkonsumsi produk Hilande Koffie. Teknik Analisis Data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Analisis regresi dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis yang di gunakan uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Gambaran Umum Hilande Koffie Medan

Didirikan pada tahun 2020, Hilande Koffie adalah kafe yang berfokus pada penyajian kopi berkualitas tinggi dan makanan ringan yang menggugah selera. Berbeda dengan banyak kafe lainnya, Hilande Koffie mengutamakan cita rasa dan kualitas pelayanan sebagai dua pilar utama dalam pengalaman pelanggan. Setiap biji kopi yang digunakan dipilih secara selektif dari petani lokal yang menerapkan praktik pertanian berkelanjutan, memastikan bahwa setiap cangkir kopi yang disajikan tidak hanya enak tetapi juga mendukung komunitas lokal.

Sebagai salah satu kafe terkemuka di Kota Medan, Hilande Koffie berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pelanggan. Dengan suasana yang nyaman dan pelayanan yang ramah, kafe ini menjadi tempat favorit bagi para pecinta kopi dan pengunjung yang mencari tempat untuk bersantai atau bekerja. Dengan dedikasi pada kualitas produk dan pelayanan, Hilande Koffie terus berinovasi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, menjadikannya pilihan utama bagi mereka yang mengutamakan cita rasa dan pengalaman bersantap yang memuaskan.

##### Hasil Uji Validitas

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Rasa (X1)	Pernyataan 1	0,869	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,800	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,800	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,852	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,747	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,803	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	Pernyataan 1	0,856	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,938	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,649	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,786	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,946	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,845	0,361	Valid
	Pernyataan 1	0,547	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,379	0,361	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)	Pernyataan 3	0,798	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,872	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,829	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,723	0,361	Valid

*Sumber: SPSS Versi 25*

Secara umum, seluruh pernyataan dari variabel Citra Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361), yang berarti semua item valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut. Tidak ditemukan item yang memiliki nilai di bawah  $r$  tabel ataupun negatif.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach`s Alpha</i>	<i>N of items</i>
Citra Rasa (X1)	0,894	6
Kualitas Pelayanan (X2)	0,913	6
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,802	6

*Sumber: SPSS Versi 25*

Berdasarkan tabel 3, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Nilai *Cronbach`s Alpha* untuk variabel Citra Rasa (X1) sebesar 0,894, Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,913, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,802. Ketiga nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,32472103
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,078
	Negative	-.086

Test Statistic	,086
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber : SPSS Versi 25

Tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap data residual yang tidak terstandarisasi. Dengan jumlah sampel  $N = 45$ , diperoleh nilai Test Statistic sebesar 0,086 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan data layak untuk digunakan dalam analisis regresi selanjutnya.

### Hasil Uji Multikolinearitas

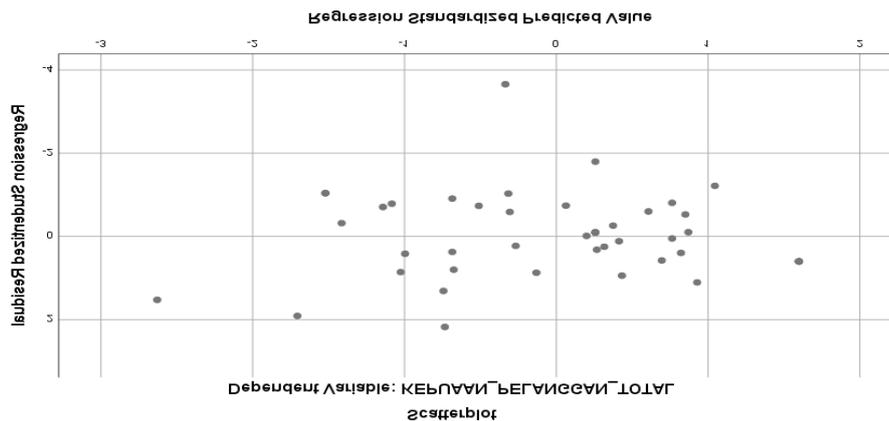
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Citra Rasa Total	,690	1,450
	Kualitas Pelayanan	,690	1,450
	Total		
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Total			

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji statistik *collinearity*, variabel Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,690 dan nilai VIF sebesar 1,450. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen karena seluruh nilai tolerance berada di atas 0,1 dan VIF berada jauh di bawah ambang batas 10. Dengan demikian, kedua variabel tersebut layak digunakan dalam model regresi untuk menganalisis pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan.

## Hasil Uji Heteroskedastisitas



*Sumber : SPSS Versi 25*

**Gambar 2. Grafik Scatterplot**

Berdasarkan scatterplot, titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian.

## Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,599	1,981		3,331	,002
	CITRA_RASA_TOTAL	,192	,092	,224	2,083	,043
	KUALITAS_PELAYANAN_TOTAL	,543	,087	,670	6,245	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan\_Total

*Sumber : SPSS Versi 25*

Tabel 6, menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan. Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (Constant) memiliki nilai sebesar 6,599, yang berarti jika variabel Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan tidak berubah atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan diperkirakan berada pada angka 6,599.
2. Citra Rasa menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,192. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi Citra Rasa akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,192.

- Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,543. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,543.

### Hasil Uji t

**Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,599	1,981		3,331	,002
	CITRA_RASA_TOTAL	,192	,092	,224	2,083	,043
	KUALITAS_PELAYANAN_TOTAL	,543	,087	,670	6,245	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN\_TOTAL

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji t parsial pada Tabel 7, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Citra Rasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar 2,083. Artinya, peningkatan citra rasa pada produk memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Kualitas Pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hilande Koffie Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar 6,245. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hilande Koffie Medan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan.

### Hasil Uji F

**Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474,787	2	237,394	41,930	,000 <sup>b</sup>
	Residual	237,790	42	5,662		
	Total	712,578	44			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN\_TOTAL

b. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN\_TOTAL, CITRA\_RASA\_TOTAL

Sumber : SPSS Versi 25

Tabel 8, menunjukkan hasil uji F (Simultan) untuk menguji apakah variabel Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai F sebesar 41,930 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Artinya, secara simultan variabel Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hilande Koffie Medan.

### Hasil Uji Determinasi

**Tabel 9. Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Ajusted r square	Std. Error of the Estimate
1	,816 <sup>a</sup>	,666	,650	2,37943
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN_TOTAL, CITRA_RASA_TOTAL				
b. Dependent Variable: KEPUAAN_PELANGGAN_TOTAL				

*Sumber : SPSS Versi 25*

Tabel di atas memperlihatkan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,650. Artinya, 65,0% dari variasi dalam Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel-variabel yang diteliti, yaitu Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan. Sementara itu, sisanya sebesar 35,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, suasana tempat, promosi, atau faktor eksternal lainnya.

### Pembahasan

#### 1. Citra Rasa Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hilande Koffie Medan

Dalam penelitian ini, citra rasa terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hilande Koffie Medan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$  dan nilai *t* sebesar 2,083.

Artinya, semakin baik citra rasa yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka alami. Beberapa alasan yang dapat menjelaskan mengapa citra rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Hilande Koffie Medan antara lain: kelezatan produk yang disajikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, khususnya pada menu andalan seperti Butter Croissant dan Cappuccino Croissant. Selain itu, kesesuaian rasa dengan harapan pelanggan menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan.

#### 2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hilande Koffie Medan

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *t* sebesar 6,245.

Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Faktor-faktor yang memengaruhi hal ini antara lain sikap ramah dan responsif dari karyawan, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan suasana kafe.

### **3. Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Hilande Koffie Medan**

Secara simultan, citra rasa dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai F sebesar 41,930 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Kombinasi antara cita rasa produk dan pelayanan yang berkualitas secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika keduanya dikelola dengan baik, maka akan menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan bagi pelanggan. Oleh karena itu, Hilande Koffie Medan perlu terus menjaga kualitas produk agar cita rasa tetap konsisten dan menyenangkan, sekaligus meningkatkan kinerja pelayanan agar pelanggan merasa dihargai dan nyaman selama berada di kafe.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Citra Rasa terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hilande Koffie Medan, di mana kelezatan, kesesuaian, dan konsistensi rasa dari produk mampu meningkatkan kepuasan. Selain itu, Kualitas Pelayanan juga memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif. Secara simultan, Citra Rasa dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga perpaduan antara rasa produk yang lezat dan pelayanan yang unggul memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Hilande Koffie Medan. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Hilande Koffie Medan menjaga dan meningkatkan konsistensi cita rasa melalui pelatihan rutin dan penerapan standar operasional yang ketat, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan dalam hal sikap karyawan, kecepatan penyajian, dan kenyamanan suasana. Manajemen juga perlu mengintegrasikan strategi peningkatan cita rasa dan pelayanan dalam satu sistem manajemen mutu yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, serta secara aktif mengelola *feedback* pelanggan guna mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan secara cepat dan tepat.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.
- Darmawan, B., Setiadi, R., & Indriyani, A. (2024). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Vintage Oriental Cafe Brebes. *MANTAP: Journal*

*of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 840–847.  
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.3413>

Fandy, T., & Anastasia, D. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Andi Offset.

[https://books.google.co.id/books?id=\\_H6REAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=_H6REAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)

Febita Maulidia Br Sijabat, C., & Halimatussakdiah. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Variabel Kepuasan Pada PT. Indah Logistik Cargo Di Kota Langsa. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Variabel Kepuasan Pada Pt. Indah Logistik Cargo Di Kota Langsa*, 7(4), 760–771.  
<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>

Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). on Multivariate Data Analysis Joseph F . Hair Jr . William C . Black Eight Edition. In *International Journal of Multivariate Data Analysis* (Vol. 1, Issue 2).

Kita, T., Angin, P., & Teta, B. (2025). *PENGARUH DIMENSI KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA STMIK TIME*. 7(1), 84–92.

Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.  
<https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>

Muspiha. (2022). *Platform Digital Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan*. Rena Cipta Mandiri.

Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117–127.

Teta, B. (2024). *Pengaruh kelalaian karyawan terhadap produktivitas di tambak udang venambak*. 6(3), 613–623.

Zebua, I. P. R., & Nurhayati. (2025). PERAN HARGA SEBAGAI PEMEDIASI ANTARA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPPE. *Jurnal Ilmiah SP Stindo Profesional (STIPRO)*, 11(1), 1–6.  
[https://steel.gov.in/sites/default/files/Award\\_Scheme\\_for\\_Secondary\\_Steel\\_Producers\\_0.pdf](https://steel.gov.in/sites/default/files/Award_Scheme_for_Secondary_Steel_Producers_0.pdf)

Zulfa, N., Arief, M. Y., & Harisandi, Y. (2022). *Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo*. 1(4), 713–728.

