

KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DISABILITAS MELALUI KOMUNIKASI NONVERBAL DI SUNYI COFFEE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Ade Paulina, Susi Andrini

Ilmu Komunikasi STIKOM Inter Studi

JL Wijaya II No.62, Jakarta 12160

¹ade.paulina2006@gmail.com

²ussie69@gmail.com/

Abstrak

Disabilitas *Sunyi Coffee* memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal kadang digunakan secara bersamaan dalam situasi tertentu. Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh dan ekspresi wajah. Kualitas pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan secara nyata dalam menjalin hubungan antara karyawan dengan para pelanggannya. Tentunya dalam pelayanan ini diperlukan adanya komunikasi yang menjadi bagian penting dalam suatu hubungan untuk saling berinteraksi baik dengan verbal atau nonverbal. Sebagian orang bisa berinteraksi dengan menggunakan bahasa verbal dan sebagian yang lain menggunakan bahasa nonverbal seperti yang terdapat di *Sunyi Coffee* dengan kekhasannya. *Sunyi Coffee* adalah cafe yang mengkaryakan para menyandang disabilitas seperti tuna rungu dan wicara (tidak bisa mendengar dan berbicara/bisu). Konsep yang diusung *Sunyi Coffee* ini adalah untuk menghargai serta memberikan dukungan terhadap penyandang disabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami dan menganalisis seberapa besar kualitas pelayanan karyawan *Sunyi Coffee* terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dengan paradigma positivisme. Populasi diambil dari *followers* Instagram @Sunyi Coffee sebanyak 40.800 *followers* dan didapati sampel sebanyak seratus orang dengan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner melalui *Google Forms*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang berdasarkan kriteria bahwa sampel harus menjadi *followers* @sunyi Coffee dan sudah pernah berkunjung ke *Sunyi Coffee* lebih dari satu kali. Pengolahan data dengan menggunakan perhitungan dari SPSS. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kualitas pelayanan karyawan

Kata Kunci : Disabilitas, Kepuasan Pelanggan, Komunikasi Nonverbal, Kualitas Pelayanan

Abstract

Verbal and nonverbal communication are sometimes used simultaneously in certain situations. Nonverbal communication also plays a role in reinforcing or replacing verbal messages. Nonverbal communication is communication that uses body movements and facial expressions. Service quality is an activity carried out in real terms in establishing relationships between employees and their customers. Of course, in this service, communication is a crucial part of a relationship to interact with each other, both verbally and nonverbally. Some people can interact using verbal language, while others use nonverbal language, as found at Sunyi Coffee, which has

its own uniqueness. Sunyi Coffee is a cafe that employs people with disabilities such as deaf (unable to hear) and mute (unable to speak/mute). The concept carried by Sunyi Coffee is to respect and provide support to people with disabilities. This study aims to determine, understand, and analyze the extent to which the quality of Sunyi Coffee employee service affects customer satisfaction. The research method used is a quantitative method with a positivist paradigm. The population was taken from 40.800 followers of the Instagram account @Sunyi Coffee and obtained a sample of one hundred people using the Slovin formula. Data collection was conducted by distributing questionnaires to one hundred respondents via Google Forms. The sampling technique used purposive sampling, based on the criteria that participants must be followers of @sunyi Coffee and have visited Sunyi Coffee more than once. Data processing was performed using SPSS calculations. The results of this study indicate that the quality of service provided to Sunyi Coffee's disabled employees has a strong positive influence on customer satisfaction.

Keywords: Disabilities, Customer Satisfaction, Communication NonVerbal, Service Quality.

1. PENDAHULUAN

Komunikasi adalah elemen penting dalam kehidupan sosial, memungkinkan pertukaran informasi untuk tujuan bersama. Menurut West & Turner, komunikasi melibatkan simbol untuk menciptakan makna. Aspek nonverbal, seperti ekspresi wajah dan nada suara, juga berperan penting (Ningsih & Ghaisani, 2020). Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, yang krusial untuk keberlangsungan perusahaan, dengan kualitas yang baik berdampak positif pada pendapatan Perusahaan (Christovel Zuriel Umbase, William Areros, 2022). Komunikasi yang efektif terdiri dari komunikasi verbal dan nonverbal (Zahra, 2025). Komunikasi verbal menyampaikan informasi langsung, sedangkan komunikasi nonverbal melibatkan ekspresi wajah, gerak tubuh, nada suara, dan kontak mata (Kristiyanti, 2012). Nonverbal juga mencakup gerak isyarat dan bahasa tubuh. Kualitas pelayanan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan, yang merupakan inti operasional Perusahaan, tanpa pelanggan, perusahaan tidak dapat berfungsi (Hasibuan, Harahap, & Lubis, 2021).

Sunyi Coffee, yang berlokasi di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, adalah kafe unik yang mulai beroperasi pada tahun 2019 (Rahman., 2024), didirikan oleh Mario Gultom. Sunyi Coffee mendukung individu penyandang disabilitas, khususnya tunarungu dan tunawicara, dengan mempekerjakan 97% dari 25 stafnya dari komunitas ini. Konsep ini digagas pada tahun 2016, dengan fokus pada aksesibilitas, termasuk fitur-fitur seperti papan nama Braille dan jalur ramah kursi roda. Sunyi Coffee juga telah berekspansi ke cabang di Bekasi dan Alam Sutra, Tangerang (Radius, 2025). Keunikan dari Sunyi Coffee ini adalah mereka mengkaryakan para penyandang *disabilitas* atau yang tidak dapat mendengar dan berbicara (tunarungu dan tunawicara) (Dewi, Komariah, & Suminar, 2021). Alasan lain yang paling dasar dalam mendirikan Sunyi Coffee ini adalah dalam pandangan masyarakat bahwa para penyandang disabilitas tidak punya kemampuan untuk melakukan aktivitas di dunia kerja (Lorenssa,

Astuti, & Husniati, 2020). Pekerja tunarungu di *Sunyi Coffee* berkomunikasi dengan konsumen menggunakan bahasa isyarat tangan dengan penggunaan BASINDO (Bahasa Isyarat Indonesia) atau menggunakan metode oral (Gerak Mulut) atau juga menggunakan alat tulis dan lain sebagainya (Wildayati, 2023).

Sunyi Coffee mengoperasikan dua bisnis utama: kedai kopi dan *Sunyi Academy* (Rahman., 2024). Sepuluh persen dari keuntungan penjualan dialokasikan untuk mendukung *Sunyi Academy*, yang menyediakan pelatihan bagi penyandang disabilitas, khususnya mereka yang mengalami gangguan pendengaran dan bicara, untuk menjadi barista profesional (Az Zahra, 2025). Pelatihan ini gratis dan wajib bagi siapa pun yang ingin bergabung dengan *Sunyi*, meliputi keterampilan seperti layanan pelanggan, kasir, komunikasi efektif, persiapan kopi, penulisan resume, dan pendidikan ekonomi dasar (Iman R, 2025). Pelatihan ini tidak hanya menekankan teori, tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam pelayanan kepada pelanggan. (Az Zahra, 2025). Seluruh karyawan di *Sunyi Coffee* adalah para penyandang disabilitas. Sebagai media promosinya *Sunyi Coffee* mempunyai media sosial yaitu Instagram, Youtube dan TikTok. Pertanggal 2-11-2025, media sosial Instagram @sunyicooffee memiliki *followers* sebanyak 40.8K *Followers*, Youtube : 435 *subscribes*, dan TikTok : 20.9 K *Followers*. Namun penelitian ini hanya terfokus pada penggunaan media sosial Instagram . Disamping itu Instagram juga sering digunakan untuk berkomunikasi antara individu satu dengan individu lainnya (Putri & Yosepha, 2023).

Banyak penyandang disabilitas yang menghadapi kesulitan dalam menemukan pekerjaan karena stigma dan ketidakpercayaan Masyarakat (Gray Nindyan Pradipta Mitya Utoyo, Kholis Azmi Mustofa, 2023). Meskipun memiliki kekurangan, mereka mampu berkontribusi di tempat kerja, seperti menjadi pelayan kafe (Dewi et al., 2021). Penyebab rendahnya partisipasi mereka dalam dunia kerja termasuk kurangnya akses pendidikan, informasi, dan peluang (Wildayati, 2023). Untuk mengatasi tantangan ini, pemilik *Sunyi Coffee* mendirikan kafe sebagai sarana untuk memberikan kesempatan kerja dan melatih keterampilan penyandang disabilitas. Mereka juga menghadapi kendala komunikasi, terutama dari penyandang disabilitas tunarungu dan tunawicara, namun menyediakan media bantu seperti petunjuk tertulis untuk memastikan pelayanan tetap efektif dan nyaman (Dewi et al., 2021). Nilai Kepuasan bagi para pelanggan menjadi hal yang paling penting meskipun para karyawannya menyandang *disabilitas* namun mereka selalu berupaya untuk memberikan pelayanan dan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan ini bisa dinilai melalui kualitas pelayanan yang meliputi bukti jaminan/ *assu-rance*, fisik/*tangibles*, adanya daya tanggap/ *responsiveness*, keandalan/ *reliability*, dan empati/*empathy*.(Dewi et al., 2021)

Dari latar belakang inilah terdapat **permasalahan:** 1)Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan karyawan penyandang disabilitas tuna rungu dan tuna wicara *Sunyi Coffee* terhadap kepuasan pelanggan. 2) Seberapa kuat kualitas pelayanan karyawan disabilitas

tuna rungu dan tuna wicara *Sunyi Coffee* terhadap kepuasan pelanggan. Adapun **tujuan dari riset (penelitian)** ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisis seberapa kuat kualitas pelayanan karyawan *Sunyi Coffee* terhadap kepuasan pelanggannya. Sedangkan untuk manfaat pada penelitian ini terbagi atas dua yaitu manfaat praktis dan manfaat akademis. Terdapat dua manfaat dari penelitian ini yaitu; **1) Manfaat praktisnya** adalah memberikan masukan ataupun saran dan pemahaman baik kepada pemilik cafe dan masyarakat luas untuk dapat menghargai penyandang *disabilitas* agar dapat dikaryakan dan berguna. **2) Manfaat akademis** adalah Sebagai bahan acuan bagi mahasiswa, dosen, peneliti lainnya yang tertarik pada penelitian ini untuk meneliti dan di kaji dari sudut pandang (*angle*) berbeda.

2. METODE PENELITIAN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan **metode kuantitatif deskriptif** yang berbasis angka. Metode kuantitatif ialah riset yang selama proses pelaksanaannya banyak melibatkan angka-angka sejak dari pengumpulan data, penafsiran atas data yang diperoleh, hingga hasilnya atau penyimpulannya (Arifin & Widwi Handari Adji, 2023). Dalam pendekatan kuantitatif, hubungan antara variabel-variabel dianalisis, data dikumpulkan melalui alat tertentu, dan hipotesis diuji berdasarkan fenomena yang terjadi. (Rita & Andrini, 2025). Paradigma *Positivisme* digunakan dalam penelitian ini. Paradigma *Positivisme* dipergunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Mariansyah, 2020).

Teknik penarikan sampel dari penelitian ini menerapkan **Teknik Purposive Sampling** yang merupakan suatu cara untuk memilih sampel yang menggunakan pertimbangan khusus atau fitur yang ditetapkan oleh peneliti saat memilih sampel agar mudah dipelajari. (Astuti & Andrini, 2021). Kriteria pengambilan sampel dengan Teknik *purposive Sampling* ini terdiri dari **beberapa kriteria yaitu ; a)** Harus *followers* Instagram *@Sunyi Coffee*, **b)** pelanggan yang berkunjung ke *Sunyi Coffee* lebih dari satu kali. Sedangkan untuk pembagian dalam demografi berdasarkan ; **a).** Jenis kelamin (laki-laki/perempuan), **b).** Rentang usia (umur), yaitu Gen Z (15 tahun - 30 tahun), Gen Y (31 tahun - 48 tahun), Gen X (49 tahun – 60 tahun) **c).** Dan Pekerjaan ; yang terdiri dari siswa /mahasiswa, bekerja (karyawan), dan tidak bekerja (umum).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini diambil dari *followers* Instagram *@SunyiCoffee* sebanyak sebanyak 40.800 *Followers* per tanggal 2 November 2025. Sampel merupakan metode (alat atau teknik) yang digunakan oleh para peneliti untuk secara terstruktur memilih sejumlah item atau individu yang lebih sedikit (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi

atau eksperimen yang sejalan dengan tujuan (Firmansyah & Dede, 2022). Penyebaran sampel ditujukan kepada *followers* Instagram @SunyiCoffee dan pelanggan yang berkunjung ke *Sunyi Coffee*, dengan menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 99,76 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data asli yang didapatkan melalui survei dengan menggunakan formulir online yang dibuat dengan *Google Form* dan disebar kepada para responden melalui DM (*Direct Message*) pada *followers instagram @sunyi Coffee*. Pada survei ini, penilaian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yang memiliki empat pilihan yaitu ; Sangat Setuju (SS) = 4, Setuju (S) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Data tersebut Selanjutnya diolah dan diperiksa dengan menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data, yaitu dengan analisis bivariat yang melibatkan dua variabel yang saling berhubungan. Selain itu, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat bagaimana variabel Kualitas Pelayanan (X) mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Responden yang memiliki kriteria *followers* Instagram @SunyiCoffee sebanyak 40.800 *followers* per tanggal 2 November 2025 dan pelanggan yang berkunjung ke *Sunyi Coffee* lebih dari satu kali.

Kuesioner atau daftar pertanyaan yang sudah disebar dalam penelitian ini melalui *Google Form* kepada 100 orang responden sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah sebuah kuesioner valid atau tidak.

Tabel : 1
Uji Validitas

Var. X	r hitung	Var. Y	r hitung	r tabel	Ket.
X1	0.446	Y1	0.684	0.196	Valid
X2	0.669	Y2	0.681	0.196	Valid
X3	0.564	Y3	0.694	0.196	Valid
X4	0.687	Y4	0.723	0.196	Valid

X5	0.711	Y5	0.73 0	0.19 6	Valid
X6	0.62 4	Y6	0.67 9	0.19 6	Valid
X7	0.71 2	Y7	0.82 3	0.19 6	Valid
X8	0.63 0	Y8	0.81 6	0.19 6	Valid
X9	0.75 3	Y9	0.70 5	0.19 6	Valid
X10	0.73 3	Y10	0.78 8	0.19 6	Valid
X11	0.76 4	Y11	0.80 2	0.19 6	Valid
X12	0.75 6	Y12	0.75 6	0.19 6	Valid
X13	0.77 6	Y13	0.79 5	0.19 6	Valid
X14	0.73 5	Y14	0.75 9	0.19 6	Valid
X15	0.78 5	Y15	0.76 2	0.19 6	Valid
X16	0.59 7			0.19 6	Valid
X17	0.61 7			0.19 6	Valid
X18	0.68 4			0.19 6	Valid
X19	0.70 6			0.19 6	Valid
X20	0.58 2			0.19 6	Valid
X21	0.69 2			0.19 6	Valid
X22	0.64 5			0.19 6	Valid

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel dengan jumlah sebesar 100, nilai r tabel = 0,196. Uji ini dilakukan manakala bulir pertanyaan lebih dari 1. Cara untuk menentukannya valid tidaknya uji validitas, yaitu apabila nilai r hitung > r tabel maka bulir pertanyaan dianggap valid. Dan bila nilai r hitung < r tabel, maka bulir pertanyaan dianggap tidak valid. Maka berdasarkan hasil coba menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih dari 0,196 yang artinya seluruh soal pernyataan berjumlah 37 pernyataan yaitu pada variable X (Kualitas) 22 pernyataan dan variable Y (Kepuasan) 15 pernyataan dinyatakan **Valid**.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dengan konsisten memberikan ukuran yang sama mengenai sesuatu yang diukur pada di waktu yang berbeda (Jurnal et al., 2022)

Rumus yang dipergunakan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha dengan cara membandingkan nilai alpha dengan standarnya. Syarat suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki Cronbach's Alpha > 0,70.

Tabel : 2
Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai	Ket.
Kualitas Pelayanan (X)	0,959	0,7	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,956	0,7	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas ditunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk masing – masing variabel berada > 0,7 yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel layak untuk diuji atau **reliabel**

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui apakah ada perubahan nilai variabel dependen dan nilai variabel independen ketika terjadi sesuatu. (Vrisko & & Vernandi, 2020)

Tabel 3.
Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.090	3.828		2.374	.020
	Total X	.552	.051	.736	10.774	<.001

a. Dependent Variable: Total Y

Pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana ditentukan melalui nilai signifikansi yang ada pada tabel *coefficients*^a. Setelah mengolah data, hasilnya menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih rendah dari nilai probabilitas (0,05) nilai itu menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, yang berarti, H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hal tersebut menyatakan variable (X) Kualitas Pelayanan karyawan disabilitas *Sunyi Coffee* berpengaruh terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya, perhitungan persamaan regresi dengan menggunakan rumus ($Y = a + bX$) yang didasarkan pada persamaan regresi $Y = 9,090 + 0,552X$, Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Konstanta sebesar 9,090, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kualitas pelayanan adalah sebesar 9,090 sedangkan Koefisien regresi X sebesar 0.552, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kepuasan pelanggan maka nilai hasil belajar bertambah sebesar 0.552. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Uji Konfisien Korelasi

Dalam menginterpretasikan hasil uji korelasi, maka dapat menggunakan tabel interpretasi korelasi D.A. de Vaus. (Prasetyo, Andrini, & Kunci, 2025)

Tabel 4
Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien	Kekuatan Hubungan
0	Tidak Ada Hubungan
0,01 – 0,09	Hubungan Kurang Berarti

Tabel 5
Nilai Koefisien Korelasi

0,10 – 0,29	Hubungan Lemah
0,30 – 0,049	Hubungan Moderat
0,50 – 0,69	Hubungan Kuat
0,70 – 0,89	Hubungan Sangat Kuat
> 0,90	Hubungan Mendekat Sempurna

	Koef korelasi	Katagori
1	0,81 – 1,00	Sangat Kuat
2	0,61 - 0,80	Kuat
3	0,41 - 0,60	Sedang
4	0,21 - 0,40	Lemah
5	0,00 - 0,20	Sangat Lemah

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Nilai koefisien korelasi ini digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih. Semakin nilainya tinggi nilai koefisien korelasi, maka akan semakin kuat hubungan diantara kedua variabelnya. (Sugiyono, 2017)

Uji Korelasi

Tabel 6
Correlations

		Total X	Total Y
Total X	Pearson Correlation	1	.736***
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.736***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Berdasarkan tabel di atas, **nilai uji korelasi sebesar 0,736** dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki **“hubungan Sangat kuat”**. Sedangkan pada nilai koefisien korelasi dapat diinterpretasikan memiliki **“Hubungan Kuat”**

Uji Hipotesis

Tabel 7
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	9.090	3.828		2.374	.020
	Total X	.552	.051	.736	10.774	<.001

a. Dependent Variable: Total Y

Diketahui **nilai t-hitung sebesar 10,774**, kemudian dicari nilai t-tabel dengan rumus:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 2 = 98$$

Keterangan:

Df = Degree of Freedom

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel

Nilai batas kemaknaan atau nilai *alpha* untuk pengujian hipotesis ini sebesar 5% (0,05), nilai t-tabel untuk nilai *alpha* 5% dan derajat bebas 98 adalah 1,661 nilai tersebut didapat pada nilai derajat bebas secara vertikal dan nilai batas kemaknaan pada tabel signifikansi.

Sehingga diketahui **nilai t-hitung sebesar 10,774 > t-tabel 1,661**, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel (X) Kualitas Pelayanan karyawan disabilitas *Sunyi Coffee* berpengaruh terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t tabel di atas menunjukkan bahwa **nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar <0,001 lebih kecil dari 0,05**.

Jika nilai signifikansi uji t < 0,05, maka hipotesis tersebut, yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut menyatakan variabel (X) Kualitas Pelayanan karyawan disabilitas *Sunyi Coffee* (X) berpengaruh terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan

Koefisien Determinasi

Tabel 8
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.542	.538	4.102

a. Predictors: (Constant), Total X

Berdasarkan tabel di atas, nilai **R Square sebesar 0,542** dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kekuatan hubungan pada kategori hubungan kuat antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel y (Kepuasan pelanggan) yaitu 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan Rumusan Masalah yaitu, Adakah pengaruh Kualitas pelayanan karyawan disabilitas *sunyi coffee* terhadap kepuasan pelanggan. Dimana Tujuan pada penelitian ini adalah ; untuk mengetahui, memahami dan menganalisis seberapa besarkah pengaruh dari Kualitas pelayanan karyawan disabilitas *sunyi coffee* terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan **data validitas** dan terlebih dahulu dengan mengumpulkan 37 pernyataan untuk menguji kelayakan data yang diterima dan setelah diuji r tabel menunjukkan angka 0,196 yakni valid apabila r hitung > r tabel dengan taraf signifikansi 0,05

Data **reliabilitas** pertama mengumpulkan 37 responden pernyataan untuk menguji kelayakan dan setelah diuji variabel X kualitas pelayanan mendapatkan cronbach alpha 0,959 dengan nilai 0,7 dan variabel Y kepuasan pelanggan mendapatkan cronbach alpha sebesar 0,956 dengan nilai 0,7 bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk masing – masing variabel berada > 0,7 yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel layak untuk diuji.

Hasil pada Uji Regresi Linear Sederhana penelitian ini didapat t hitung sebesar t hitung sebesar 10,774 > t tabel 1,661 Yang berartikan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel, nilai t tabel untuk nilai *alpha* 5% dan derajat bebas 98 adalah 1,661 nilai tersebut didapat pada nilai derajat bebas secara vertikal dan nilai batas kemaknaan pada tabel signifikansi. Hal tersebut menandakan terdapat pengaruh antara Variabel (X) Kualitas pelayanan karyawan disabilitas *Sunyi Coffee* berpengaruh terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan. Kemudian pada Uji t tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X (Kualitas pelayanan) sebesar 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Jika nilai signifikansi uji t < 0,05 yaitu lebih kecil, maka hipotesis tersebut yaitu H_0 ditolak H_1 diterima, hal tersebut menyatakan terdapat Pengaruh kualitas pelayan karyawan disabilitas *Sunyi Coffee*.

Hasil Koefisien Determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0,542 dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kekuatan hubungan pada kategori hubungan kuat, yaitu 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk menginterpretasikan hasil dari kolerasi penelitian ini dilakukan uji kolerasi yang mendapatkan hasil 0,736 yang berarti dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki “**hubungan kuat**”.

Berdasarkan analisis data, variabel X (Kualitas Pelayanan) menunjukkan nilai mean terendah pada indikator yang menyatakan bahwa pelayanan *Sunyi Coffee* tidak sepenuhnya memenuhi keinginan pelanggan, menunjukkan perlunya perbaikan. Hal ini terkait dengan efektivitas komunikasi nonverbal karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan. Sementara itu, variabel Y (Kepuasan Pelanggan) juga menunjukkan nilai mean terendah pada indikator respons terhadap keluhan pelanggan, menandakan perlunya peningkatan

responsivitas. Pengelolaan komunikasi nonverbal yang lebih efektif dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap perhatian karyawan dan menyumbang pada peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian tentang kualitas pelayanan karyawan disabilitas di Sunyi Coffee menunjukkan adanya pengaruh dan hubungan kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linear sederhana dan uji kolerasi menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peran komunikasi nonverbal menjadi penting dalam interaksi antara karyawan disabilitas dan pelanggan, termasuk penggunaan bahasa isyarat, ekspresi wajah, dan media visual yang mendukung pemahaman dan kenyamanan pelanggan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai hasil sukses dari strategi komunikasi nonverbal yang menciptakan hubungan interpersonal yang efektif.

Saran penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Sunyi Coffee, terutama oleh karyawan disabilitas, perlu ditingkatkan. Nilai terendah pada variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa pelayanan dan produk harus lebih baik, terutama dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan gestur, ekspresi wajah, dan kontak mata yang baik, serta media visual yang informatif dapat membantu memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara itu, pada variabel Kepuasan Pelanggan, penting untuk meningkatkan keterampilan komunikasi nonverbal dalam merespons keluhan. Hal ini termasuk menunjukkan empati melalui bahasa tubuh dan memastikan pelanggan merasa didengar. Peningkatan ini diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Arifin, K. M., & Widwi Handari Adji. (2023). Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan di Kedai Kopi Tovi Kohi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 15(2), 190–205. <https://doi.org/10.37151/jsma.v15i2.141>
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 134–142.
- Az Zahra, F. (2025). Bukan Sekadar Ngopi, Sunyi Coffee Hadir dengan Konsep Inklusif bagi Penyandang Disabilitas. Retrieved from <https://navigasi.co/detail-text.php?id=83>
- Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 394.
- Dewa, C. B. (2019). Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto And Coffe. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5639>
- Dewi, Ni. K., Komariah, N. S., & Suminar, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji

- Penyandang Tunarungu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deaf Cafe Finger Talk. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(2), 45–51. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.223>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- Gray Nindyan Pradipta Mitya Utoyo, Kholis Azmi Mustofa, L. Y. (2023). Kualitas Pelayanan Difabis Coffee & Tea Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cahaya MANDALIKA*, (15018), 1–23.
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Iman R, M. I. K. (2025). Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Tunarungu Melalui Pelatihan Barista di Sunyi Coffee Bekasi.
- Instagram. (2025). No Title. Retrieved from [instagram.com/sunyicoffe](https://www.instagram.com/sunyicoffe)
- Jurnal, A., Brebes, K., & Tengah, P. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee), 1(1), 44–57.
- Kristiyanti, L. (2012). Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Lorenssa, B. A., Astuti, M., & Husniati, R. (2020). Kepuasan Konsumen Sunyi House of Coffee and Hope. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 249–260. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.360>
- Mariansyah, A. . & S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. Retrieved from www.investor.iddi
- Mutiara, A., Prameswari, L. C., & Poetri, R. D. (2023). Komunikasi Nonverbal Disabilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Dignityku Jakarta Selatan. *Komunika: Jurnal ...*, 1(2), 16–27. Retrieved from <https://publikasi.abidan.org/index.php/komunika/article/view/478%0Ahttps://publikasi.abidan.org/index.php/komunika/article/download/478/367>
- Ningsih, C., & Ghaisani, A. P. (2020). Pengaruh Kegiatan Public Relations Terhadap Kepuasan Informasi Pialang Jakarta Futures Exchange. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 67–77. <https://doi.org/10.33592/dk.v8i2.680>
- Prabowo, D. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat Beli Konsumen, 7–21.
- Prasetyo, A. D., Andriani, S., & Kunci, K. (2025). Pengaruh Konten “ Charity ” Windah Basudara Terhadap Kepedulian Sosial melalui Platform Youtube, 3, 130–146.
- Purbaningrum, M., & Andriani, S. (2023). The Intensity of Tiktok Application Users Towards

- The Creativity of Generation Z, 2(4), 694–711.
- Putri, D., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1021>
- Radius, D. B. (2025). Menikmati Santapan, Menumbuhkan Empati. Retrieved from <https://www.kompas.id/artikel>
- Rahman., A. V. (2024). Mario Gultom, Mengakselerasi Skill Penyandang Disabilitas di Sunyi Coffe. Retrieved from <http://swa.co.id>
- Ramadhani, C., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Media Instagram Akun @ nazlaalifa Terhadap Gaya Hidup, V(1), 38–56.
- Rita, S., & Andrini, S. (2025). Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital Efektivitas Komunikasi Interpersonal Host Shopee Live Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y, 3(3), 357–376.
- Sanida, D. S., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ infobekasi . coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi, V(1), 1–17.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta.
- Ummah, M. S. (2019). Covariance structure analysis of health-related indicators in elderly people living at home, focusing on subjective health perceptions. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Vrisko, & Vernandi. (2020). 18.M1.0032 Vrisko Vernandi BAB III - A. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/886626641/18-M1-0032-Vrisko-Vernandi-BAB-III-a>
- Widagdo, P. P. (2018). Pengaruh Task Technology Fit Pada Generasi X (1965-1980) Dalam Menggunakan Teknologi Cloud Storage, 2(2), 163–171.
- Wildayati. (2023). Pengaruh Bahasa Isyarat Indonesia Sebagai Komunikasi Non Verbal dan Kualitas Pelayanan.
- Zahra, N. A. (2025). Pentingnya Komunikasi Verbal dan Non Verbal di Dalam Pelayanan Customer Service, 4, 1–6.