



## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *COFFEE SHOP* KATA /KO•PI/ DI JAKARTA UTARA

Claudy Yoan  
Tumpal J.R. Sitinjak\*

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87,  
Jakarta 14350.

### ABSTRACT

*The growth of the coffee shop company has caused competition to become tighter. These existing coffee shop companies must provide the best quality products and service quality to be able to increase customer satisfaction. The question is, how will product quality and service quality affect coffee shop Kata /ko•pi/ customer satisfaction at North Jakarta. The theory used in the study is the theory of product quality and service quality while the dependent variabel in this study is customer satisfaction. Sampling is done by non-probability sampling method with judgment sampling technique. Data collection method in this study uses a questionnaire. Data analysis techniques in this study are descriptive analysis, classical assumption test, and multiple regression analysis. The data in this study were processed using SPSS 24. The results showed that there was a significant partial effect between product quality on customer satisfaction and service quality on customer satisfaction. And there is a simultaneously significant influence between product quality and service quality on coffee shop Kata /ko•pi/ customer satisfaction at North Jakarta. Researchers suggest that Kata /ko•pi/ at North Jakarta still maintain product quality and service quality so that customers can continue to feel satisfied. To the next researchers it is advisable to look for other variabels such as promotions and prices that affect customer satisfaction.*

**Keywords:** *product quality, service quality, customer satisfaction.*

### ABSTRAK

Pertumbuhan *coffee shop* yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Perusahaan-perusahaan *coffee shop* yang sudah ada harus dapat memberikan kualitas produk dan kualitas layanan terbaik untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pertanyaannya adalah, bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas layanan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 24.



Hak cipta dimiliki oleh IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Peneliti menyarankan agar Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara tetap mempertahankan kualitas produk dan kualitas layanan agar pelanggan dapat terus merasa puas. Kepada peneliti selanjutnya disarankan mencari variabel lain seperti promosi dan harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

**Kata Kunci : kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.**

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional bisa disebut sangat kompetitif. Hal ini dapat terjadi karena banyak pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa. Di samping itu globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap bagaimana orang di seluruh dunia percaya bahwa negara-negara dan kebudayaan lokal akan hilang diterpa kebudayaan dan ekonomi global yang homogen. Perubahan pasar yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks menuntut inovasi yang terus-menerus.

Saat ini, di zaman yang semakin modern persaingan dalam dunia bisnis makanan dan minuman (*Food and Beverage*) semakin pesat. Bisnis *Food and Beverage* ini merupakan sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan dari akibat gaya hidup orang asing yang dikenal dengan westernisasi. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto mengatakan, meski mengalami penurunan pada triwulan kedua-2017 lalu, industri makanan dan minuman tetap akan terus didorong. Sekedar gambaran, triwulan III-2017 pertumbuhan industri makanan dan minuman tercatat sebesar 7,19%. Sementara triwulan I-2017, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 8,15%. Dari sisi pertumbuhan, industri makanan dan minuman merupakan sektor yang tercatat konstan, yakni berada di atas 7% (industri.kontan.co.id).

Dengan berkembangnya westernisasi yang semakin pesat menyebabkan masyarakat Indonesia mulai menerapkannya dalam sehari-hari. Dimulai dari gaya berbusana, gaya bergaul, sampai gaya konsumsi. Awalnya kegiatan makan hanya untuk memenuhi kebutuhan asupan harian saja, tetapi berbeda dengan zaman yang semakin modern ini. Pengaruh westernisasi menyebabkan perubahan yang sangat mencolok terutama dalam hal gaya konsumsi masyarakat Indonesia yang biasanya tidak bisa lepas dari nasi mulai tergantikan dengan makan makanan lainnya.

Dinamika perkembangan zaman telah mengubah dimensi masyarakat global yang berdampak terhadap gaya hidup seseorang termasuk dalam memenuhi kebutuhan hiburan. Rutinitas yang cukup tinggi dan beban kerja yang berlebih mengakibatkan minimnya kesempatan untuk memikirkan hiburan. Salah satu hiburan yang diminati oleh masyarakat perkotaan adalah *coffee shop*, yang menawarkan konsep one stop shopping dimana pengunjung dapat memperoleh keinginannya sekaligus dalam satu tempat misalnya pengunjung dapat menikmati berbagai hiburan seperti free hotspot dan live music.

Munculnya *coffee shop* di berbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan si pemilik kafe dan pencari kerja, tetapi juga melahirkan fenomena social dan budaya baru. *Coffee shop* bukan lagi sekedar tempat untuk minum teh, kopi dan menyantap makanan ringan sambil melepas kejenuhan dan melewatkan



waktu. Para pecinta kopi yang rutin berkunjung ke *coffee shop* melihat ada banyak peluang dan manfaat yang dapat mereka dapatkan. Mereka menjadikan *coffee shop* sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan, berbisnis, dan lain-lain. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beberapa *coffee shop* khususnya yang ada di Jakarta. *Coffee shop* yang ada saat ini bersaing untuk menawarkan berbagai macam fasilitas dan makanan. Hampir seluruh *coffee shop* di Jakarta menyediakan tempat yang nyaman untuk bertemu kolega. *Coffee shop* yang ada di Jakarta, banyak yang menawarkan makanan atau minuman dengan harga terjangkau tetapi cukup memuaskan para pelanggannya.

Pengertian *coffee shop* yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman ringan disertai dengan hiburan-hiburan seperti *live music* ataupun pertunjukan-pertunjukan lainnya serta dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang memadai. Hal ini didukung dengan definisi yang dikemukakan dalam situs *Wikipedia*, yang mendefinisikan *coffee shop* adalah suatu tempat yang mempunyai karakteristik gabungan dari bar dengan rumah makan atau restoran, tetapi dalam hal ini *coffee shop* banyak menyediakan minuman ringan seperti teh ataupun kopi dan juga makanan ringan tetapi ada juga sebagai yang menyediakan minuman beralkohol. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan salah satu *coffee shop* yang sudah terkenal yaitu *Kata /ko-pi/*

*Kata /ko-pi/* dikelola secara professional dengan memfokuskan bisnis pada *food, beverage, dan ritel* (penjualan biji kopi siap giling). *Kata /ko-pi/* memberlakukan standar baku mutu yang ketat dan berkelas internasional. Semua bahan baku di ekspor dari tempat yang berbeda-beda untuk biji kopi dan Australia untuk susu.

*Kata /ko-pi/* masuk pertama kali di Indonesia, pada tanggal 1 Agustus 2017 Di Jakarta Utara, Di Jakarta Utara. Di Indonesia dikelola PT. Berawal Sebuah Kata. Dalam perkembangannya, *Kata /ko-pi/* kini telah memiliki banyak cabang di kota-kota besar di Indonesia, antara lain Jakarta, Makassar,

Surabaya. Di Indonesia, *Kata /ko-pi/* berfokus kepada menu olahan kopi yang disajikan secara istimewa untuk memberikan rasa yang berbeda dengan kopi-kopi yang lain dan makanan ringan seperti roti dan cake sebagai menu pelengkap.

*Kata /ko-pi/* merupakan salah satu *Coffee shop* yang menggunakan konsep *open kitchen*. Pembuatan kopi dilakukan secara terbuka di gerai, sehingga pelanggan dapat secara langsung melihat tiap tahap dalam prosesnya.

Dengan meningkatkan pelanggan *Kata /ko-pi/* dari tahun ke tahun, membuat *Kata /ko-pi/* semakin sulit untuk dapat memuaskan semua konsumennya. Hal ini disebabkan karena Indonesia mempunyai berbagai macam lapisan masyarakat yang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda satu dengan yang lain. Sehingga *Kata /ko-pi/* harus dapat menerapkan strategi yang dapat memuaskan sebageian besar konsumennya.

## Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/* di Jakarta Utara ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/* di Jakarta Utara ?
3. Manakah variabel yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/* di Jakarta Utara?

## Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/* di Jakarta Utara?”



## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan masalah yang di uraikan di atas adalah

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/ di Jakarta Utara*.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop Kata /ko-pi/ di Jakarta Utara*.

## Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi kepada perusahaan dalam memahami kepuasan pelanggan yang didasarkan oleh kualitas produk dan kualitas layanan.
2. Bagi pihak lain  
Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para akademisi atau para peneliti dalam melakukan penelitiannya.

## Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

### Landasan Teori

#### Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2015: 230), produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan membangun penawaran yang membawa nilai bagi target pelanggan. Penawaran ini menjadi dasar di mana

perusahaan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan.

### Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2015: 236), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat positioning utama seorang pemasar.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) kualitas produk adalah :

*“The characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs, quality affects product or service performance, thus, it is closely linked to customer value and satisfaction”.*

Dapat diartikan kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa dimana kemampuannya bergantung untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, kualitas berefek pada performa produk dan jasa, yang mana kualitas sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah segala bentuk atribut pendukung produk untuk memenuhi harapan maupun melebihi harapan konsumen. Suatu produk memiliki berbagai macam atribut yang mendukung performa akan suatu produk itu sendiri. Dari atribut inilah yang menjadi pendukung akan performa suatu produk yang berpengaruh terhadap performanya.

### Definisi Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015: 230), layanan adalah suatu aktivitas, keuntungan, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang



pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan suatu cara kerja yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara baik.

### Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 153):

*“satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations.”*

Artinya kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan. Apabila kinerja atau pengalaman yang diterima tidak sesuai harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

Menurut Zeithmal, Bitner, dan Gremler (2013: 80), kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang akan suatu produk atau layanan tentang harapan-harapannya dengan kenyataan yang didapatkan.

### Hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Jessica (2014), kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Maria (2013), kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan penggunaan dan fungsinya, termasuk kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk dan juga *perceived quality*.

### Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

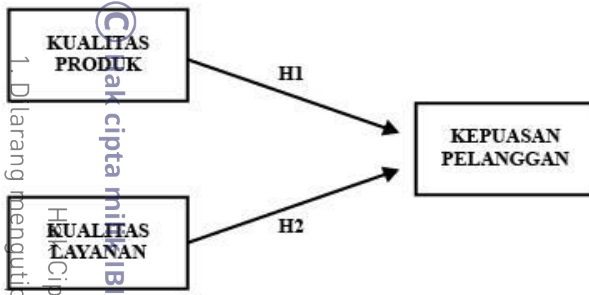
Menurut Maria (2013), Kualitas layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, biasanya tidak berwujud.

Definisi Kepuasan Pelanggan menurut Kottler dan Keller (2012:164), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Jika Kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan puas.

Untuk mengetahui seberapa baik kualitas produk suatu perusahaan, maka diperlukan adanya suatu penelitian melalui indikator kualitas produk yang meliputi fitur(feature), kualitas kinerja (performance quality). Kualitas kesesuaian (*conformance quality*), daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*), dan gaya (*style*). Penelitian tentang kualitas layanan terhadap Kata /ko•pi/ ini menggunakan dimensi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Jika kualitas layanan baik diharapkan pelanggan akan mencapai kepuasan.



## Kerangka Pemikiran



H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## Metode Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan subjek penelitian adalah pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara.

## Teknik Pengambilan Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu.

## Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data didapat langsung dari sumber pertama ( subjek penelitian ) melalui komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif ( terdiri dari Rata-Rata Hitung atau Mean dan Rentang Nilai, Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisis Regresi Ganda ( yang terdiri dari Estimasi Parameter Persamaan Regresi, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Otokorelasi, Uji Keberartian Model ( Uji F ) dan Uji Hipotesis Penelitian ( Uji t)).



## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reabilitas

Metode penelitian menggunakan software SPSS 24, uji validitas pada setiap indikator. Dengan jumlah 30 responden, jika

nilai uji  $> 0,361$  dinyatakan valid dan dinyatakan reliabel jika lebih dari  $0,7$ . Dari hasil pengolahan data pra-kuisisioner pada 30 responden, diperoleh hasil data sebagai berikut:

| Variabel           | Indikator | CITC  | Validitas | Cronbach's Alpha | Reliabilitas |
|--------------------|-----------|-------|-----------|------------------|--------------|
| Kualitas Produk    | KP1       | 0.813 | Valid     | 0.872            | Reliabel     |
|                    | KP3       | 0.49  | Valid     |                  |              |
|                    | KP4       | 0.716 | Valid     |                  |              |
|                    | KP5       | 0.399 | Valid     |                  |              |
|                    | KP6       | 0.783 | Valid     |                  |              |
|                    | KP8       | 0.392 | Valid     |                  |              |
|                    | KP10      | 0.701 | Valid     |                  |              |
| Kualitas Layanan   | KL1       | 0.556 | Valid     | 0.891            | Reliabel     |
|                    | KL2       | 0.75  | Valid     |                  |              |
|                    | KL3       | 0.703 | Valid     |                  |              |
|                    | KL4       | 0.775 | Valid     |                  |              |
|                    | KL5       | 0.537 | Valid     |                  |              |
|                    | KL6       | 0.74  | Valid     |                  |              |
|                    | KL7       | 0.671 | Valid     |                  |              |
|                    | KL8       | 0.817 | Valid     |                  |              |
|                    | KL9       | 0.47  | Valid     |                  |              |
|                    | KL10      | 0.446 | Valid     |                  |              |
| Kepuasan Pelanggan | KPS1      | 0.536 | Valid     | 0.915            | Reliabel     |
|                    | KPS2      | 0.817 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS3      | 0.569 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS4      | 0.794 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS5      | 0.471 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS6      | 0.676 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS7      | 0.618 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS8      | 0.775 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS9      | 0.834 | Valid     |                  |              |
|                    | KPS10     | 0.809 | Valid     |                  |              |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Analisis Deskriptif

variabel kualitas produk memiliki *Mean* sebesar 4.1025 dan mempunyai selang kepercayaan batas bawah sebesar 3,9 dan batas atas sebesar 4,2 bila dikaitkan dengan rentang skala berada di skala 3,4 – 4,19 yaitu pada posisi baik. Berarti Kualitas Produk *coffeeshop* Kata /kopi/ di Jakarta Utara sudah baik. Lalu untuk variabel kualitas layanan memiliki *Mean* sebesar 4.252 dan mempunyai

selang kepercayaan batas bawah sebesar 4,1

dan batas atas sebesar 4,3 bila dikaitkan dengan rentang skala berada di skala 3,4 – 4,19 yaitu pada posisi baik. Yang terakhir untuk variabel kepuasan pelanggan memiliki *Mean* sebesar 4.234 dan mempunyai selang kepercayaan batas bawah sebesar 4,1 dan batas atas sebesar 4,3 bila dikaitkan dengan rentang skala berada di skala 3,4 – 4,19 yaitu pada posisi puas.

| Variabel           | Mean   | Selang Kepercayaan 95% |      | Kategori |
|--------------------|--------|------------------------|------|----------|
|                    |        | Bawah                  | Atas |          |
| Kualitas Produk    | 4.1025 | 3,9                    | 4,2  | Baik     |
| Kualitas Layanan   | 4.252  | 4,1                    | 4,3  | Baik     |
| Kepuasan Pelanggan | 4.234  | 4,1                    | 4,3  | Puas     |

### Uji Keberartian Model F ( Uji F )

Hasil Nilai Uji F Hitung adalah 206.143 dan didapatkan Sig sebesar 0,000...<0,05. Berarti model persamaan regresi dapat digunakan

untuk menjelaskan hubungan antara variabel terkait (kepuasan pelanggan) dengan variabel bebasnya (kualitas produk dan kualitas layanan).

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 29.681         | 2  | 14.841      | 206.143 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 6.983          | 97 | .072        |         |                   |
|       | Total      | 36.664         | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variabel: KPS

b. Predictors: (Constant), KL, KP

1. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Uji Signifikan Koefisien ( Uji t )

Dapat dijelaskan bahwa Hipotesis :

- Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- (1) Nilai rata-rata kualitas produk pada kolom B sebesar 0,291 bernilai positif, maka kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada kolom koefisien terstandarisasi Beta, nilai kualitas produk sebesar 0.297, dan nilai kualitas layanan sebesar 0.659, menjelaskan bahwa kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk.
  - (2) Nilai rata-rata kualitas layanan pada kolom B sebesar 0.676 bernilai positif, maka kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada kolom sig. nilai kualitas produk sebesar 0.000... dan kualitas layanan sebesar 0.000.... yang berarti kedua nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Maka dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai Sig untuk kualitas produk sebesar 0,000... <0,05. Berarti kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka semakin baik kualitas produk yang dimiliki *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara, tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin baik. Lalu, nilai Sig untuk kualitas layanan sebesar 0,000... <0,05. Berarti kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka semakin baik kualitas layanan yang dimiliki *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara, kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Adapun juga nilai Koefisien Regresi Terstandarisasi (Beta) terbesar dimiliki oleh variabel kualitas layanan yaitu sebesar 0,659 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

### UJI HIPOTESIS PENELITIAN (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | .165                        | .202       |                           | .813   | .418 |                         |       |
|       | KP         | .291                        | .064       | .297                      | 4.555  | .000 | .462                    | 2.164 |
|       | KL         | .676                        | .067       | .659                      | 10.111 | .000 | .462                    | 2.164 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Pembahasan

Berdasarkan analisis penelitian, maka dapat diperoleh pembahasan seperti berikut:

1. Nilai Sig pada Uji F sebesar 0,000... < 0,05 yang berarti model persamaan regresi dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.  
 Hasil pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa nilai Sig pada variabel kualitas produk sebesar 0,000... < 0,05. Berarti terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik kualitas produk maka kepuasan pelanggan semakin baik.
2. Hasil pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa nilai Sig pada variabel kualitas layanan sebesar 0,000... < 0,05. Berarti terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik kualitas layanan maka kepuasan pelanggan semakin baik.
4. Hasil pengujian hipotesis uji t, nilai Koefisien Regresi Terstandarisasi (Beta) dari variabel kualitas layanan adalah yang terbesar (0,659). Maka dapat dinyatakan bahwa layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

## Saran

### 1. Bagi perusahaan

- a. Pada *Coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara harus tetap mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Misalnya dalam membuat produk minumannya dapat bertahan secara lebih lama agar konsumen dapat menikmati produknya tersebut secara lebih lama
- b. Pada *Coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara sebaiknya mempertahankan kualitas layanannya agar konsumen tetap merasa puas. Misalnya saat memberikan pelayanan terhadap konsumen

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variable lain seperti harga, lokasi, dan hubungan antar konsumen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variable yang lebih luas dan bermanfaat.



## Daftar Pustaka

Amryyanti, Ruth. et al (2012), *Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada LnC Skin Care Singaraja*, E-Jurnal ekonomi dan Bisnis, Vol.2, No. 1.

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke-12, Buku I, Jakarta: Salemba Empat.

Faizah, Nadia Rizqiyatul, Sri Suryoko dan Saryadi (2013), *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mama steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang*, Diponegoro Journal of Social and Politic, p.1-8.

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hasan, Ali (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15e, USA: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2015), *Marketing An Introduction*, Edisi 12e, USA: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA: Pearson Education.

Lenzun, Jessica, J, James D.D, Massie dan Decky Adare (2014), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*, Jurnal EMBA, September Vol. 2, No. 3

Maria Monica (2013), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*, Surabaya.

Putro, Shandy Widjoyo, Hatane Semuel, dan Ritzky Karina M.R. Brahmana (2014), *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No. 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© IBIKKG (Informatika Bisnis dan Informatika Kewirausahaan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang(2014), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan ke 1, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

*Kata Kopi* /ko•pi/ Di Jakarta Utara Jakarta [Artikel]. Diakses melalui <https://yennymakanmulu.com/2017/10/23/kata-kopi-at-Di-Jakarta-Utara-jakarta/>

Best Kopi Susu di Jakarta [Artikel]. Diakses melalui <https://eatandtreats.blogspot.com/2017/05/the-best-kopi-susu-in-jakarta.html>

10. Tempat Minum Kopi Terbaik di Di Jakarta Utara [Artikel]. Diakses melalui <https://pergikuliner.com/catalogs/kopi/Di-Jakarta-Utara>

Evolusi Kedai Kopi / *Coffee Shop* [Artikel]. Diakses melalui <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>

Sejarah *Coffee Shop* [Artikel]. Diakses melalui <https://warungkopishop.blogspot.com/2013/02/sejarah-coffee-shop.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa menyebutkan sumber.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.