KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGARUH KUALITAS PRDUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JCO DONUTS AND COFFEE DI MALL KELAPA GADING

Alice patricia

Lily Harjati

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia

Email: alice.patricia@rocketmail.com

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Alice Patrica / 271201238 / 2016 / Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J.CO Donuts and Coffee di Mall KelapaGading / Pembimbing: Ir. Lily Harjati, M.M.

Pertumbuhan persaingan Food and Beverages semakin berkembang pesat, khususnya di Indonesia dengan hadirnya berbagai bisnis di bidang Food and Beverages. Salah satu bisnis di bidang Food and Beverages adalah J.CO Donuts and Coffee, yaitu perusahaan yang berasal dari Indonesia. J.CO Donuts and Coffee pertamaresmi di buka di kawasanSupermal Karawaci, Tangerang, pada tanggal 26 Juni 2005 dan sukses hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee di Mall KelapaGading.

Teori yang penulis gunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dan indikator-indikator yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah J.CO Donuts and Coffee di Mall KelapaGading. Penelitian ini menggunakan metodekuesioner dalam pengolahan data dan penarikan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik judgement sampling. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistics 20.

Output yang dihasilkan SPSS Statistics 20 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan.

ABSTRACT

Alice Patrica / 271201238 / 2016 / The Influence of Product Quality To Customer Satisfaction at J.CO Donuts and Coffee Kelapa Gading Mall / Advisor: Ir. Lily Harjati, M.M.

The growth of Food and Beverages became rapid especially in Indonesia with the presence a lot of food and beverages.One of Food and Beverages in Indonesia is J.CO Donuts and Coffee. The first J.CO Donuts and Coffee in Indonesia is located in Supermall Karawaci, Tangerang, opened on 26 June 2005 and was success until now. Because of that, researcher interested to have the research

on the Influence of Product Quality to Customer Satisfaction at J.CO Donuts and Coffee in Kelapa Gading Mall.

The theories usedto support this research were the definition of product quality and customer satisfaction along with their indicator.

The object of this research was J.CO Donuts and Coffee in Kelapa Gading Mall. This research used a questionnaire for data collection and non-probabilty sampling with judgement sampling technique. The procedure used to test the model and data processing was SPSS Statistics 20.

Output Generated SPSS Statistics 20 showed that product quality had a positive and significant influence on customer satisfaction.

The conclusion of this research was all hypotheses have been proves to have positive and significant influence

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENDAHULUAN

J.CO Donuts & Coffee merupakan bisnis warabala lokal yang menyediakan donat dengan berbagai variasi dan berbagai macam kopi dengan berbagai sajian dan variasi. J.CO Donuts & Coffee saat ini menjadi trendsetter di kalangan pecinta donat. J.CO Donuts & Coffee merupakan bisnis lokal yang menggunakan konsep dari luar negeri yang kemudian disempurnakan dengan modernisasi dan kualitas terbaik. Berkaitan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, J.CO Donuts & Coffee menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Keinginan dan kebutuhan manusia semakin beragam bersamaan dengan kemajuan zaman dan teknologi. Salah satunya adalah kebutuhan makanan. Makanan merupakan kebutuhan mutlak yang diperlukan manusia dalam melakukan seluruh aktivitasnya. Tetapi keinginan tiap orang terhadap jenis makanan itu berbeda beda. Hal ini dikarenakan gaya hidup tiap individu pun berdeda satu dengan yang lainnya. Tidaklah heran usaha makanan berkembang pesat di kalangan perkotaan. Salah satu contoh nya adalah J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.

Seiring dengan banyaknya gerai yang buka, pecinta makanan berbentuk bulat dan memiliki rasa manis itu beralih dari Dunkin Donuts ke J.CO Donuts and Coffee. Bahkan para penggemar kue donat melakukan polling soal rasa di forum kaskus. Dari hasil tersebut diperoleh 19% konsumen memilih Dunkin Donuts, kemudian 58% memilih J.CO Donuts and Coffee, kemudian 22% lainnya mengaku suka dua-duanya. Banyak komentar berdatangan dari para netizen ada yang menyebutkan J.CO Donuts and Coffee lebih enak, namun ada juga menyebut terlalu manis dan lebih memilih produk pesaingnya. Dalam polling tersebut ada juga netizen yang menyinggung soal higienis dan tidaknya produk. Salah satu pelanggan menyebut J.CO Donuts and Coffee tidak menggunakan bahan pengawet. “J.CO kalau gak habis itu nggak dibesokkin lagi , melainkan dibawa pulang karyawan kan artinya nggak pake pengawet” Selain masalah kehigienisan, netizen juga memuji J.CO Donuts and Coffee soal terkstur J.CO Donuts and Coffee yang lebih lembut. (sumber : http://m.money.id/food/rivalitas-dunkin-donuts-dan-jco-di-indonesia-160119l.html)

Komentar lain juga dilontarkan oleh pencinta J.CO Donuts and Coffee yang mengatakan kalau donat buatan J.CO memang terasa lebih bervariasi, cenderung manis dan lebih terasa lembut saat digigit “ Menurut saya donut dengan karakter seperti ini, lebih cocok untuk teman minum kopi dibandingkan untuk sarapan atau makan siang. Lain halnya denga produk donat buatan Dunkin Donuts. Produk

Dunkin terasa lebih berat dan mempunyai tekstur yang padat, rasanya tidak kalah dengan J.CO, namun untuk segi variasi,memang J.CO lebih unggul."(sumber:http://wulanp28.blogspot.co.id/2013/11/persaingan-perusahaan-jco-dan-dunkin.html?m=1)

Saat ini kepuasan konsumen dianggap penting mengingat kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan diferensiasi produk yang beragam. Untuk perusahaan, kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan keuntungan. Selain itu, kepuasan konsumen menjadi penting untuk membina hubungan baik antara perusahaan dan konsumen, sehingga terjalinnya kemitraan jangka panjang dan akhirnya konsumen bersedia melakukan pembelian ulang. Maka dari itu saat ini, untuk dapat memenangkan persaingan maka perusahaan mulai berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen.

Namun untuk mencapai kepuasan tersebut juga dibutuhkan faktor lain, yaitu meningkatkan kualitas produk, produk J.CO Donuts and Coffee yang menawarkan kepada konsumen berupa donuts dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan seperti; banyaknya variasi menu, porsi makanan standar, dan kemasan produk menarik (www.kukm-esaunggul.com)

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengangkat judul "Pengaruh Kualitas Produk J.CO Donuts and Coffee terhadap Kepuasan Pelanggan di Mall Kelapa Gading

Hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Menurut jurnal (Nirma Kurriwati, 2012) Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasanya pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu

Suatu produk dapat memuaskan konsumen menurut Tata Et Al (2000), bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya . Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi

Penelitian yang dilakukan oleh V. Mital, WT. Ross dan PM. Baldasare (1998) yang dikutip oleh jurnal Studi manajemen dan organisasi (Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, Halaman 92), mengemukakan bahwa kinerja yang negatif pada produk atribut mempunyai efek negatif pada kepuasan keseluruhan dan kinerja yang positif pada produk mempunyai pengaruh positif pada atribut yang sama dan kepuasan keseluruhan menunjukan pengurangan sensitivitas pada tingkat kinerja atribut yang dikutip oleh jurnal (Studi manajemen dan organisasi Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, Halaman 92)

METODE PENELITIAN

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

A. Objek Penelitian

Penelitian ini mengenai analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif. Saya menggunakan Deskriptif Kuantitatif agar penelitian ini dapat dihitung dan analisis secara statistik. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuisioner.

B. Metode Penelitian

Desain penelitian menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006: 158-161) dikelompokkan menjadi delapan katergori:

1. Derajat kristalisasi pertanyaan riset

Merupakan tingkat sejauh mana pertanyaan riset telah dikristalisasi atau dirumuskan. Studi tersebut bersifat eskplorasi atau formal. Berdasarkann tingkat pertanyaan riset, studi yang digunakan adalah studi formal.

2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data mengunakan proses pengamatan dan komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode komunikasi yaitu dengan survei.

3. Pengontrolan variabel oleh periset

Penelitian ini menggunakan*ex spost facto* atau sesudah fakta. Pengujian dilakukan dengan membandingkan desain eksperimen dan desain laporan. Periset tidak dapat memanipulasi variabel dalam studi.

4. Tujuan studi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis penelitian, yaitu studi deksriptif dan sebab akibat. Penelitian deskriptif berkaitan dengan siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak. Studi sebab akibat menjelaskan hubungan antara variabel yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J.CO Donuts and Coffee.

5. Dimensi waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi 2, yaitu *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena dilakukan satu kali dan mewakili saat tertentu. Pembagian kuesioner pada responden J.CO Donuts and Coffee.

6. Ruang lingkup topik

Penelitian ini termasuk dalam studi statistik karena mementingkan keluasan studi bukan kedalaman studi. Studi ini untuk mengetahui ciri-ciri populasi berdasarkan ciri-ciri sampel.Pengujian hipotesis dilakukan secara kuantitatif.

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan) karena data didapat langsung dari lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi peserta

Persepsi peserta mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Dalam penelitian ini, persepsi peserta diusahakan agar peserta tidak merasa terikat dengan periset dan tidak menyimpang dari kehidupan sehari-hari peserta. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu dengan pendekatan survei. Pendekatan survey dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yang pernah mengkonsumsi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading, dimana kuesioner tersebut berisikan pertanyaan tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J.CO Donuts and Coffee

C. Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau tergantung oleh variabel lain.

Dalam penelitian ini variabel dependen nya adalah Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan merupakan bentuk dari perbandingan pelanggan antara kinerja dan ekspektasi. Pelanggan memiliki kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Perusahaan perlu mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan juga keinginan pelanggan. Setelah perusahaan sudah memenuhi dua aspek ini maka hal selanjutnya yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan inovasi agar produk yang ditawarkan perusahaan menjadi lebih baik lagi dan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

1. Variabel independen, yaitu variabel yang bebas dan tidak terpengaruh oleh variabel lain.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Tabel 3.1

Dimensi dan Pertanyaan dari Kualitas Produk

D

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	1.Mutu Kinerja	a. Makanan yang ditawarkan J.CO Donuts and Coffee mempunyai rasa yang enak	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

		b. J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi rasa minuman yang sesuai dengan selera saya	
	2. Keandalan	a. Rasa makanan yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee konsisten b. Rasa makanan yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee sama	Interval
	3.Mutu Kesesuaian	a. Rasa makanan yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan janji "sharing the J.CO way" b. Rasa makanan J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan yang dijanjikan	Interval
	4. Fitur	a. J.CO Donuts and Coffee memnawarkan bentuk produk yang unik b. J.CO Donuts and Coffee selalu mewarkanrasa yang unik	Interval
	5. Gaya	a. Bentuk makanan J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi bentuk yang unik b. Menu makanan J.CO Donuts and coffee Tergolong unik	Interval

Tabel 3.2

Pe

Tabel 3.2

Dimensi dan Pertanyaan dari Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	1.Membeli kembali	Saya akan membeli kembali produk J.CO Donuts and Coffee	Interval
	2. Merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan J.CO Donuts and Coffe kepada keluarga/teman	Interval
	3. Jaminan (*Assurance)*	pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan	
	4. Tidak terlalu mementingkan merek pesaing	Saya selalu mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee	Interval
	5. Tidak sensitive dengan harga	Saya membeli minuman yang disediakan J.CO Donuts and Coffee.	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan sekunder. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yangditeliti. Menurut (Adnyani, 2014), Sumber data menggunakan data primer yang terbentuk dari jawaban-jawaban atas penyebaran kuesionerkepada para responden yang pernah mengkonsumsi produk dari J.CO Donuts and Coffee.

2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi adalah dengan menyebarkan daftar pernyataan (kuisioner) kepada responden. Jenis kuisioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

3. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data kuisioner dilakukan dengan skala Likert. Menurut Imam Ghozali(2012:45), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata – kata antara lain:

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

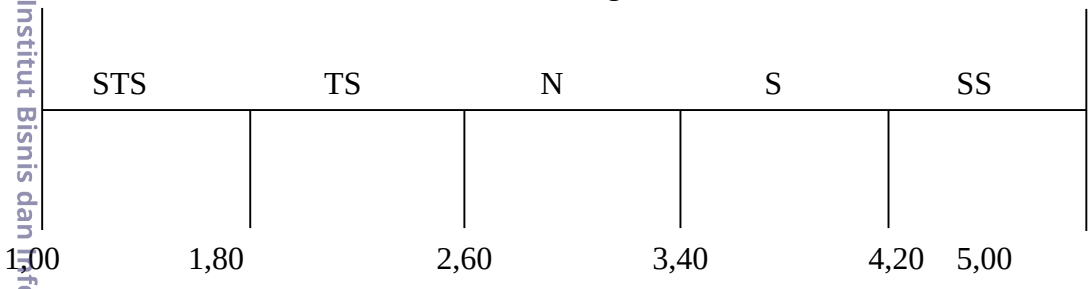
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Gambar rentang skala :



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

E.Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling.*Menurut Sugiyono (2012:120-121) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.Jenis teknik *non-probability sampling*yang digunakan adalah teknik *judgement sampling. Judgement sampling* adalah melakukan pengambilan sampel sesuai dengan batasan-batasan sampel yang seperti apa yang akan diambil.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuesioner secara sistematis dengan perincian: kuesioner sebanyak 100yang dibagikan kepada para konsumen yang pernah mengkonsumsi produk dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.

F. Teknik Analisis Data

1. Rata-rata (mean)

Rata-rata (mean) didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut. Rata-rata (mean) dibuat dengan ketentuan :

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata-rata (mean)

$\sum f$ = Jumlah frekuensi

x = Score

n = ukuran sampel

2. Uji Validitas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dapat dilakukan dengan melihat nilai *correlated item-total correlation*kriteria yang digunakan adalah jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel (<0,05), maka item pernyataan tersebut dikatakan valid sebagai alat ukur.

Menurut Husein Umar (2008:52), pengujian validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan yang ada dalam kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan.Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini akan digunakanrumus korelasi *Pearson Product Moment.* Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Banyaknya responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh ≥ koefisien table r *product moment*, maka pertanyaan dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Suatu kuesioner dikatakan reliabel (andal) apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*>0,60

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen, yangdalam hal ini adalah kuesioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak untuk responden yang sama. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.Menurut Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa : "Suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0.60". Berdasarkan pendapat tersebut, maka suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Alpha ≥ 0.60, sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai Alpha < 0.60.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Dimana:

r11 = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2= varians total

$\sum \sigma b^2$= jumlah varians butir

4. Pengaruh Variabel-Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

a. Regresi Linier Sederhana

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Regresi linier sederhana bertujuan mempelajari hubungan linier antara dua variabel. Dua variabel ini dibedakan menjadi variabel bebas (X) dan variable terikat (Y). Persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y_i = a + bX_i$$

Keterangan

Y_i = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_i = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Uji Keberartian Model (Uji F)

Bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Apabila nilaif hitung > f tabel dengan signifikasi <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variable terikat. (Ghozali, 2014).

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho : $ß_1 = ß_2 = 0$

Ha : Tidak semua $ß_1 = 0$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

(1) Jika nilai sig ≤ 0,05 atau F hitung ≥ F tabel maka tolak Ho, yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.

(2) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak Ho, yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y

c. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

(parsial) pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2014).

Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

Ho : $ß_1 = 0$

Ha : $ß_1 \neq 0$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

(1) Jika nilai Sig ≤ α atau t hitung ≥ t tabel maka tolak Ho, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

(2) Jika nilai Sis > α atau t hitung < t tabel maka tidak tolak Ho, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu Nilai R^2 berarti kemampuan-kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana :

(1) $R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Y).

(2) $R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sempurna mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Y).

e. Uji Asumsi Klasik

Regresi yang baik adalah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*), yaitu prediksi linear yang tidak bias. Supaya BLUE maka harus memenuhi kriteria dalam uji asumsi klasik. Yang termasuk didalam uji asumsi klasik ini adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah yang dihasilkan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Jika data berdistribusi normal, maka analisa parametrik termasuk model regresi dapat digunakan. Uji normalitas ini menggunakan **Kolmogorov-Smirnov.**

Ho : residual data berdistribusi normal

Ha : residual data tidak berdistribusi normal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dasar pengambilan keputusan :

Terima Ho jika probabilitas ≥ 0,05

Tolak Ho jika probabilitas ≤ 0,05

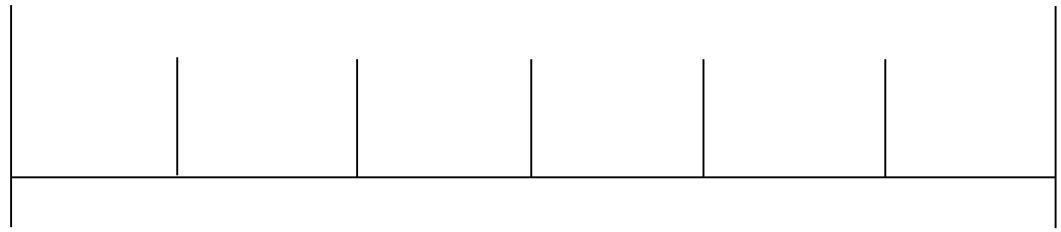
2. Uji Heteroskedastisitas

Menururt (Ghozali, 2014) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Pengujian pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*, jika probabilitas signifikan dari masing-masing variable independen >0,05, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

uji autokolerasi yang bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1, jika terjadi korelasi maka dinamakan ada autokorelasi.

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negative, antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji **Durbin-Watson.** Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada Durbin-Watson seperti pada gambar berikut ini:



l 4

Keterangan :

dl = Batas bawah

du = Batas atas

Hipotesis yang akan diuji adalah :

Ho = Tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

Ha = Ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4\text{-}dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$4\text{-}du \leq d \leq 4\text{-}dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak tolak	$du < d < 4\text{-}du$

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

J.CO Donuts adalah restoran dan waralaba yang mengkhususkan dalam donat, yogurt beku dan kopi. Perusahaan didirikan dan dimiliki oleh Johnny Andrean Group. J.CO Donuts & Coffee didirikan tahun 2005. J. CO Donuts & Coffee yang dimiliki dan dikelola oleh Johnny Andrean Group. J. CO Donuts & Coffee ini terinspirasi dari donat di Amerika Serikat. Johnny Andrean pada awalnya berkeinginan membeli franchise donat AS, namun ia menemukan beberapa kelemahan produk, yaitu pada bahan dasar dan proses produksi yang kurang dalam hal kontrol kualitas, sehingga ia mengurungkan niatnya. Johnny memutuskan untuk mengembangkan donat sendiri tanpa mendapatkan donat waralaba AS. Ia memilih untuk menghasilkan bentuk dan rasa donat yang sempurna, dengan fokus khusus pada kualitas bahan dasar dan proses produksi.

Ketika ia kembali ke Indonesia, ia kemudian mengembangkan sebuah toko donat dengan konsep, bentuk dan rasa yang serupa dengan toko donat di Amerika Serikat. Johnny melihat sejauh ini tidak ada toko donat di Indonesia memiliki konsep dapur terbuka, sehingga ia mulai di J.CO. Jadi, selain memiliki rasa yang berbeda, konsep toko juga dibuat sebagai dapur terbuka sehingga konsumen dapat melihat berbagai atraksi pembuatan donat, langsung dari mencampur bahan sampai dengan siap untuk dijual donat tersebut

Visi dan Misi

Burung Merak pada logo J.CO Donuts & Coffee merupakan representasi visi dan misi perusahaan.

Gambar 4.1

Sumber : http://www.jcodonuts.com/id

Visi:

- Membentuk J.CO Donuts & Coffee sebagai International Premium Donuts and Coffee Brand terkemuka
- Menjadi trend-setting lifestyle dalam donuts and coffee brand
- Menjadi perusahaan yang tepat bagi orang-orang yang tepat dalam meraih cita-cita mereka.

Misi:

- Menyediakan kualitas premium donat dan kopi
- Mendorong karyawan dalam meraih cita-cita
- Menempatkan pelanggan sebagai prioritas
- Berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan sungguh-sungguh

- Menyediakan tempat yang sempurna untuk bersantai
- Memperlakukan setiap orang dengan hormat dan bermartabat

Produk Perusahaan

J.CO Donuts and Coffee menawarkan berbagai produk makanan dan minuman yang bisa dinikmati langsung di restoran, take away, atau di rumah, yaitu

a. Makanan

Glazzy, Crunchy Crunchy, Crunchy CrunchyMonapisa, MonapisaForest Glam, Forest Glam, Heaven Berry, Heaven BerryAvocado, AvocadoWhy Nut, Why Nu

b. Minuman

Chocolate, Cappucino, Hot Jcocino, Caramel Hot Tea

c. Yoghurt

Jcool

B. Analisis dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen J.CO Donuts dan Coffee ataupun yang pernah mengkonsumsi produk J.CO Donuts and Coffee. Data yang diperoleh kemudian diolah sehingga dapat disajikan sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Peneliti melakukan uji validitas kepada 30 responden. Hal ini dilakukan agar dapat diukur valid atau tidaknya indikator-indikator yang ada dalam kuesioner yang menjadi sumber untuk data penelitian. Indikator-indikator yang ada pada kuesioner ini sudah mewakili variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Berikut ini hasil yang telah diperoleh :

a. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Kwik Kian Gie School of Business
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	Makanan yang ditawarkan J.CO Donuts and Coffee mempunyai rasa yang enak	0.667	0.361	Valid
	J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi rasa minuman yang sesuai dengan selerasaya	0.646	0.361	Valid
	Rasa makanan yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee konsisten	0.683	0.361	Valid
	Rasa makanan yang disajikan J.CO Donuts and Coffee sama	0.618	0.361	Valid
	Rasa makanan yang ditawarkanoleh J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan janji J.CO Donuts and Coffee “sharing the J.CO way”	0.735	0.361	Valid
	Rasa makanan J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan yang dijanjikan	0.554	0.361	Valid
	J.CO Donuts and Coffee menawarkan bentuk produk yang unik	0.580	0.361	Valid
	J.CO Donuts and Coffee selalu menawarkan rasa yang unik	0.816	0.361	Valid
	Bentuk makanan J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi bentuk yang unik	0.743	0.361	Valid
	Menu makanan J.CO Donuts and Coffee tergolong unik	0.561	0.361	Valid

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2016

b. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas dari nilai corrected item-total correlation variabel kepuasan pelanggan pada tabel 4.2 di bawah ini menunjukkan semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang lebih besar dari 0.361 (r hitung > r tabel). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semuaindikatordinyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	r hitung	r table	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Saya akan membeli kembali produk J.CO Donuts and Coffee	0.812	0.361	Valid
	Saya akan merekomendasikan J.CO Donuts and Coffee kepada keluarga / teman	0.879	0.361	Valid

Saya selalu mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee	0.850	0.361	Valid
Saya membeli minuman yang disediakan J.CO Donuts and Coffee	0.770	0.361	Valid

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2016

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi dengan uji statistic Cronbach Alpha. Menurut Nannuly dalam Gozhali (2006:46), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hasil pengujian terhadap 30 responden dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,904	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,842	0,60	Reliabel

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2016

Hasil uji reliabilitas dari nilai Cronbach Alpha di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar di atas 0,60 (r hitung > r tabel) sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal

3. Rata-Rata (Mean)

a. Kualitas Produk

Gambar 4.2

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk

1,80 2,60 3,40 4,20 5,00

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Indikator	Skor	Jumlah Skor	Rata-Rata
	STS	TS	N	S	SS
1	Makanan yang ditawarkan J.CO Donuts and Coffee mempunyai rasa yang enak	3	1	13	59	24	430	4.3
2	J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi rasa minuman yang sesuai dengan selera saya	3	4	17	58	18	388	3.88
3	Rasa makanan yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee konsisten	3	3	15	63	16	386	3.86
4	Rasa makanan yang disajikan J.CO Donuts and Coffee sama	2	3	24	50	21	385	3.85
5	Rasa makanan yang ditawarkanoleh J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan janji J.CO Donuts and Coffee “sharing the J.CO way”	6	2	32	44	16	362	3.62
6	Rasa makanan J.CO Donuts and Coffee sesuai dengan yang dijanjikan	3	2	22	58	15	380	3.8
7	J.CO Donuts and Coffee menawarkan bentuk produk yang unik	6	6	35	44	9	344	3.44
8	J.CO Donuts and Coffee selalu menawarkan rasa yang unik	4	3	38	46	9	353	3.53
9	Bentuk makanan J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi bentuk yang unik	4	6	31	50	9	298	2.98
10	Menu makanan J.CO Donuts and Coffee tergolong unik	3	7	27	55	8	358	3.58
	JUMLAH	3684	36,84
	RATA-RATA	368.4	3,68

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2016

Dari gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa kualitas layanan dari J.CO Donuts and Coffee berada pada rentang yang baik, yaitu dengan skor 3.68 . Berdasarkan skor tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan kualitas produk yang diberikan J.CO Donuts and Coffee. Nilai rata-rata tertinggi responden ada pada indikator nomor 1 yaitu makanan yang ditawarkan J.CO Donuts and

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Coffee mempunyai rasa yang enak. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan J.CO Donuts and Coffee menyukai rasa donat yang disediakan oleh J.CO Donuts and Coffee. Sedangkan skor terendah terdapat pada indikator nomor 9 yaitu bentuk makanan J.CO Donuts and Coffee mempunyai variasi bentuk yang unik. Hal ini menunjukkan bahwa soal variasi bentuk J.CO Donuts and Coffee masih memiliki kekurangan.

b. Kepuasan Pelanggan

Gambar 4.3

Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya akan membeli kembali produk J.CO Donuts and Coffee	1	1	20	52	26	401	4.01
2	Saya akan merekomendasikan J.CO Donuts and Coffee kepada keluarga / teman	1	3	30	47	19	380	3.8
3	Saya selalu mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee	4	17	22	45	12	344	3.44
4	Saya membeli minuman yang disediakan J.CO Donuts and Coffee	1	3	22	57	17	386	3.86
	JUMLAH						1511	15.11
	RATA-RATA						377.75	3.78

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2016

Dari gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee berada pada rentang yang baik, yaitu dengan skor 3,78. Nilai rata-rata tertinggi responden terdapat pada indikator nomor 1yaitu pelanggan akan membeli kembali produk J.CO Donuts and Coffee.Hal ini menunjukkan bahwa sudah terjalin loyalitas antara J.CO Donuts and Coffee dengan pelanggannya .

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Skor terendah terdapat pada indikator nomor 3 yaitu pelanggan selalu mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee. Hal ini menunjukkan bahwa J.CO Donuts and Coffee masih dapat tersaingi oleh pesaingnya. Hal ini harus diperhatikan oleh J.CO Donuts and Coffee agar dapat lebih unggul dari pesaingnya.

4. Analisis Profil Responden

Hasil yang diperoleh dari 100 orang responden yang pernah mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee adalah sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.6

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

s

Sumber : Data Penelitian yang Diolah

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2016

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 4.6 menunjukkan komposisi dari 100 responden berdasarkan jenis kelamin. Terlihat bahwa orang yang pernah mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee cenderung lebih banyak berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki, dengan total persentase 52% berbanding 48%.

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Usia Responden

Tabel 4.7

Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	17	17.0	17.0	17.0
	21-25 tahun	61	61.0	61.0	78.0
	26-30 tahun	11	11.0	11.0	89.0
	>30 tahun	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2016

Tabel 4.7 menunjukkan komposisi dari 100 responden berdasarkan usia. Terlihat bahwa orang yang pernah mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee ini cenderung lebih banyak yang berusia 21-25 tahun dibandingkan dengan usia lainnya yaitu 15-20 tahun, 26-30 tahun, >30 tahun. Persentasenya sebesar 21-25 tahun : 61%, 15-20 tahun : 17%, 26-30 tahun : 11%, >30 tahun : 11%

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Status Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Pelajar/Mahasiswa	63	63.00	63.00	63.00	
	Karyawan	21	21.00	21.00	21.00	
	Wiraswasta	5	5.00	5.00	5.00	
	Ibu Rumah Tangga	11	11.00	11.00	100.0	
	Total	100	100.00	100.00		

Tabel 4.8

Profile Responden berdasarkan status pekerjaan

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2016

Tabel 4.8 menunjukkan komposisi dari 100 responden berdasarkan status pekerjaan. Terlihat bahwa orang yang pernah mengkonsumsi J.CO Donuts and Coffee mayoritas adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 63%, lalu Karyawan sebesar 21%, Wiraswasta sebesar 5%, dan ibu rumah tangga sebesar 11%.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas residual variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dilakukan hipotesis

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Hasil uji normalitas pada tabel 4.13 dibawah ini menunjukkan nilai pada kolom Assymp sig (2-tailed) / Asymptotic Significance dua sisi sebesar 0,019 dibawah 0,05 (Assymp sig (2-tailed) 0,019> 0,05) maka tolak Ho, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data pada penelitian ini telah memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.

Tabel 4.13

Hasil Output Uji Normalitas

		Unstandradized Predicted Value
N		100
Normal Parametersa,b	Mean	37.80000000
	Std. Deviation	2.38254162
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.112
	Negative	-.152
Kolmogorov-Smirnov Z		1524
Asymp. Sig. (2-tailed)		.019

Sumber : Data Penelitan yang Diolah dengan SPSS 20, 2016

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan hipotesis:

Ho : Homoskedastisitas

Ha : Heteroskedastisitas

Dari hasil output pada tabel 4.15 di bawah ini dapat diketahui bahwa nilai sig two tailed kualitas produk sebesar 0,000, maka kesimpulannya tolak Ho atau terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.15

Hasil Output Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig α	Sig	Hasil
Kualitas Produk	0,05	0,000	Terjadi Heteroskedastisitas

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.16

Hasil Output Uji Autokorelasi

Model	Du	Dl	Durbin-Watson	Hasil
Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	1.715	1.633	1.845	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data Penelitian yang Diolah dengan SPSS 20, 2016

Uji autokorelasi dilakukan dengan hipotesis :

Ho : Tidak terjadi auto korelasi

Ha : Terjadi autokorelasi

Berdasarkan output pada tabel 4.16 diatas, jika memiliki 3 variabel bebas dan n=100 maka batas dl = 1,633 sedangkan batas du = 1,715. Oleh karena nilai DW = 1,956 ≤ 4-du (4-1,736=2,264) maka tidak tolak Ho atau tidak terjadi autokorelasi

6. Analisis Pengaruh Antar Variabel Penelitian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik BI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Untuk mengethaui variabel bebas mana yang berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dilakukan analisis regresi linier berganda pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji keberartian model atau F variabel pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.17

Hasil Output Uji Keberartian Model (Uji F)

Annova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression					
1 Residual					
Total	561.974				
3146.026					
3708.000		1			
98					
99	561.974				
32.102	17.506	.000b			

Sumber: Data Penelitian yang Diolah dengan SPSS 20, 2016

Berdasarkan hasil output pada tabel 4,16 diketahui bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05). Artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji T)

Uji signifikansi koefisien atau t kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4.18

Hasil Output Uji Signifikansi Koefisien (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25036	3103		8.086	.000
KUALITAS PRODUK	.345	.082	.389	4.184	.000

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.18, dapat diketahui penjelasan sebagai berikut :

1) Variabel Kualitas Layanan (KL) tidak berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (KK). Hal ini dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t hitung 0,718 < t tabel 1,988 dan nilai Signifikansi (Sig.) 0,000 > 0,05.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

a. Berdasarkan 100 responden, terlihat bahwa yang merupakan pelanggan J.CO Donuts and Coffee adalah perempuan berusia 21-25 tahun yang berstatus Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 61%.

b. Pada analisis deskriptif mengenai variabel kualitas produk, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,68 yang berada pada rentang skala setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan setuju terhadap kualitas produk yang diberikan oleh J.CO Donuts and Coffee.

c. Pada analisis deskriptif mengenai variabel kepuasan pelanggan, diperoleh skor rata-rata sebesar 3,78 yang berada pada rentang skala setuju, sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan memiliki rasa puas terhadap layanan JCO Donuts and Coffee.

d. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggandari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk belum tentu menentukan Kepuasan Pelanggan secara utuh.

D. Pembahasan

Kualitas produk di J.CO Donuts and Coffee baik hal ini dapat dilihat dari kesepuluh indikatornya, mayoritas menghasilkan kualitas produk yang baik. Hasil pengujian kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah terdapat bukti kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena kualitas produk yang baik akan diikuti oleh kepuasan pelanggan yang baik. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Baisrah Saidani dan Samsul Arifin (2012) Dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil kualitas produk menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimensi dimensi dalam kualitas produk seperti bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, dan gaya merupakan dasar untuk menilai baik atau buruknya kualitas produk. Dimana ketika pelanggan merasa dimensi dimensi dari kualitas produk pada J.CO Donuts and Coffee baik maka tingkat kepuasan pelanggan tinggi, tetapi jika pelanggan merasa dimensi dari kualitas produk kurang baik atau buruk maka tingkat kepuasan pelanggan rendah.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk di J.CO Donuts and Coffee baik
2. Responden J.CO Donuts and Coffee merasa puas
3. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan J.CO Donuts and Coffee.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitan mengenai "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee di Mal Kelapa Gading", berikut saran yang disampaikan oleh penulis :

1. J.CO Donuts and Coffee memiliki kualitas produk yang sudah cukup baik, namun J.CO Donuts and Coffee harus tetap mempertahankan mutu dan kualitas yang sudah terbangun dan harus melakukan inovasi untuk menjadi lebih baik lagi.

2. Salah satu komponen dari kepuasan pelanggan yaitu pelanggan akan merekomendasikan J.CO Donuts and Coffee kepada keluarga / teman rendah. Oleh karena itu, J.CO Donuts and Coffee harus memberikan potongan harga, promo buy 1 get 1.

3. Penulis menyarankan agar penelitian berikutnya dapat lebih baik lagi. Peneliti harus menambahkan variabel, sampel, dan lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
1. Dilarang mengutipsebagian 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Alimul Hidayat, Azis. 2009. Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data . Jakarta: Salemba Medika

Cooper, Donald R., dan Pamela, S . Schindler. 2006. Metode Riset Bisnis, Volume 1. PT Media Global Edukasi. Jakarta

Ghozali, Imam. 2012 “Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20” UNDIP

Ghozali, Imam. 2012 “Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20”. Edisi Ketujuh. Semarang : UNDIP

Gumesson, Evert (2002). Relationship Marketing and a New Economy: it’s Time for De-Programming, Journal of Services Marketing, 16/7

Husein, Umar. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesi Bisnis. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada

Kotler, P. & Kevin Lane Keller (2007). Manajemen Pemasaran(terjemahan), Edisi : 12, Jilid I, Jakarta : PT Indeks.

Kotler, P. & Kevin Lane Keller (2007). Manajemen Pemasaran(terjemahan), Edisi : 12, Jilid II, Jakarta : PT Indeks.

Kotler, P. & Kevin Lane Keller (2008). Manajemen Pemasaran(terjemahan), Edisi : 12, Jilid II, Terjemahan oleh Benyamin Molan, Jakarta : PT Indeks

Kotler , Philip dan Gary Armstrong (2010), Principles of Marketing, Edisi ke-13,USA:Prentice Hall

Kotler , Philip dan Gary Armstrong (2012), Principles of Marketing, Edisi ke-13,USA:Prentice Hall

Kotler , Philip dan Kevin L. Keller (2012), Marketing Management, Edisi ke-14, Global Edition,USA: Prentice Hall

Prof. Dr. Sugiyono (2012), Metode Penelitian Bisnis, Jakarta: Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Stratejik, Yogyakarta, ANDI

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011, Pemasaran jasa, Bayumedia, Malang

V. Mital, WT. Ross dan PM. Baldasare (1998) yang dikutip oleh jurnal Studi manajemen dan organisasi (Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, Halaman 92)

Website resmi J.CO : http://www.jcodonuts.com/id

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip seluruh atau sebagian dari 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie