



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI KOTA HARAPAN INDAH  
BEKASI**

**Jordi Fernando Laurentius**  
[fernandojordi@rocketmail.com](mailto:fernandojordi@rocketmail.com)

**Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.**  
[abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id](mailto:abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id)

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

**ABSTRAK**

Saat ini persaingan antar kedai kopi kekinian semakin kompetitif. Hal ini dikarenakan semakin banyak kedai kopi kekinian yang bermunculan belakangan ini. Oleh karena itu, setiap kedai kopi perlu untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu strategi untuk menghadapi persaingan antar kedai kopi saat ini yaitu memahami perilaku konsumen yang salah satunya yaitu mengenai kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas layanan memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu untuk menjaga aspek kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian ini akan membahas mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu kualitas produk dan kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 sampel pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

**ABSTRACT**

Currently, the competition between contemporary coffee shops is increasingly competitive. This is because more and more contemporary coffee shops have sprung up lately. Therefore, every coffee shop needs to have the right marketing strategy in the face of increasingly competitive competition. One strategy to face competition between coffee shops today is to understand consumer behavior, one of which is customer satisfaction. Product quality and service quality play an important role in shaping customer satisfaction. Therefore, every company needs to maintain aspects of product quality and service quality provided to customers. This study will discuss the factors that can affect customer satisfaction, namely product quality and service quality. The theory that will be used in this research is product quality, service quality, and customer satisfaction. In this study consists of 3 variables, namely product quality and service quality as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. The object of this research is Kopi Kenangan in Kota Harapan Indah Bekasi and the research method used is descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was carried out using communication techniques using a questionnaire with a total sample of 150 respondents of Kopi Kenangan customers in Kota Harapan Indah Bekasi. Sampling is done by non-probability sampling with purposive sampling technique. The conclusion from this research is product quality and service quality have a positive effect on customer satisfaction.

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan untuk tujuan komersial atau non komersial 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.



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Saat ini salah satu bisnis yang cukup diminati oleh para pelaku bisnis di Indonesia yaitu bisnis dibidang *food and beverage*. Fenomena ini dapat terlihat dari banyaknya bisnis *food and beverage* dari skala kecil sampai besar yang terus bermunculan hingga saat ini. Hal ini menyebabkan setiap pelaku bisnis saling berkompetisi untuk menganalisis pasar serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini perlu diperhatikan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat maka suatu bisnis memiliki peluang lebih untuk unggul dalam suatu persaingan yang kompetitif.

Salah satu bisnis *food and beverage* yang saat ini terus bermunculan yaitu kedai kopi kekinian. Fenomena ini sudah terlihat beberapa tahun terakhir dimana terdapat banyak kedai kopi kekinian dengan nama merek masing-masing yang terus bermunculan. Setiap kedai kopi menawarkan menu-menu yang variatif dengan racikan kopi tersendiri sehingga memiliki keunggulan masing-masing yang menyebabkan konsumen memiliki pilihan tersendiri dalam memilih dan membeli minuman kopi kekinian dari kedai-kedai kopi yang ada.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif antar kedai kopi, maka diperlukan faktor kunci yang dapat membuat konsumen lebih memilih suatu kedai kopi. Oleh karena itu, setiap kedai kopi harus dapat memahami serta mencermati perilaku konsumen. Salah satu faktor kunci mengenai perilaku konsumen yaitu kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi terhadap kinerja pasca pembelian. Alasan kepuasan pelanggan penting untuk diperhatikan karena semakin banyak pelanggan yang puas, maka hal ini dapat membentuk pelanggan yang loyal sehingga mengakibatkan pendapatan perusahaan yang semakin meningkat karena konsumen akan cenderung loyal dalam membeli minuman dari kedai kopi tersebut. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu kunci perusahaan agar dapat lebih unggul dari kompetitor.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pertama yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249), kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun jasa yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun jasa tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu jika suatu produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang semakin tinggi dalam hal ini yaitu minuman kopi, maka dapat menyebabkan pelanggan puas terhadap produk yang ditawarkan oleh kedai kopi tersebut dan mereka akan memiliki kecenderungan untuk tetap membeli minuman kopi yang ditawarkan oleh kedai kedepannya. Dalam hal ini, suatu kedai kopi harus memiliki standarisasi kualitas produk yang baik. Hal ini dimaksudkan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang kedua yaitu kualitas layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas layanan adalah keseluruhan dari fitur dan ciri yang dimiliki suatu produk ataupun layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu jika layanan yang diberikan oleh suatu kedai kopi semakin baik, maka pelanggan akan semakin puas terhadap layanan yang diberikan oleh kedai kopi tersebut dan mereka juga akan memiliki kecenderungan untuk tetap membeli minuman kopi yang ditawarkan oleh kedai kedepannya karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu kedai. Dalam hal ini, setiap kedai perlu untuk menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baik. Hal ini dimaksudkan agar terciptanya layanan yang baik sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Salah satu kedai kopi kekinian dengan popularitas yang cukup tinggi yaitu Kopi Kenangan. Kopi Kenangan menjual berbagai jenis minuman baik itu *coffee* maupun *non-coffee* beserta makanan pelengkap seperti roti dan snack lainnya. Konsep dari kedai Kopi Kenangan yaitu *grab-and-go*. Kopi Kenangan baru-baru ini telah menjadi perusahaan dibidang *food and beverage* yang menjadi perusahaan unicorn pertama di Indonesia bahkan di Asia Tenggara, yaitu perusahaan startup yang memiliki nilai perusahaan sebesar USD 1 miliar dan jika dirupiahkan nilainya yakni sebesar 140 triliun rupiah. Jumlah gerai Kopi Kenangan hingga saat ini berjumlah 672 gerai di 45 kota dan terus bertambah seiring berkembangnya bisnis Kopi Kenangan di Indonesia. Hal ini mencerminkan bahwa bisnis kedai Kopi Kenangan menjanjikan sehingga Kopi Kenangan akan terus melakukan ekspansi bisnis kedai kopinya.



## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

## Hipotesis Penelitian

- H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.  
H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249), "*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs.*" Artinya kualitas produk adalah suatu karakteristik produk ataupun layanan yang bergantung pada kinerja dari produk ataupun layanan tersebut dalam mencukupi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), "*Product quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*" Artinya kualitas produk adalah keseluruhan fitur serta karakteristik dalam suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk mencukupi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

### Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), "*Service quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.*" Artinya kualitas layanan adalah keseluruhan fitur serta karakteristik dalam suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk mencukupi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), definisi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum dilakukan pembelian dengan persepsi terhadap kinerja pasca pembelian.

Menurut Zeithaml et al., (2018:80), "*Satisfaction is the customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer's needs and expectations.*" Artinya kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan mengenai apakah produk atau pelayanan yang di dapatkan telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini data berupa angka yang akan diolah lebih lanjut.

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian data yaitu produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

### 3. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

### 4. Populasi dan Sampel

Populasi yang ditentukan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali. Dalam hal pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Lalu untuk jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling (judgement sampling)*.



## 5. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah responden sebanyak 150 responden yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berisik pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden dengan kriteria responden yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minuman Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi sebanyak minimal 2 kali.

## 7. Teknik Analisis Data

Pengolahan serta analisis data pada penelitian ini akan digunakan aplikasi pengolah data IBM SPSS versi 24. Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Autokorelasi) dan analisis regresi berganda (Uji Keberartian Model/Uji F, Uji Signifikan Koefisien/Uji t, dan Uji Koefisien Determinasi/Uji R<sup>2</sup>)

# HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

## A. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	0,695	0,361	Valid
2	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	0,719	0,361	Valid
3	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis <i>topping</i> /pelengkap minuman yang dapat dipilih.	0,767	0,361	Valid
4	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	0,508	0,361	Valid
5	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	0,656	0,361	Valid
6	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	0,576	0,361	Valid
7	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	0,646	0,361	Valid
8	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	0,588	0,361	Valid

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



9	Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik.	0,812	0,361	Valid
10	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	0,752	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung dari semua butir pernyataan variabel kualitas produk lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kualitas produk dinyatakan valid.

#### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	0,549	0,361	Valid
2	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	0,595	0,361	Valid
3	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.	0,733	0,361	Valid
4	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	0,484	0,361	Valid
5	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	0,778	0,361	Valid
6	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	0,669	0,361	Valid
7	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	0,413	0,361	Valid
8	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	0,515	0,361	Valid
9	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	0,611	0,361	Valid
10	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	0,766	0,361	Valid

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





11	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan profesional.	0,545	0,361	Valid
12	Gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	0,507	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa bahwa nilai r hitung untuk semua butir pernyataan variabel kualitas layanan lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

#### Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	0,557	0,361	Valid
2	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	0,732	0,361	Valid
3	Saya senang dengan produk minuman yang di tawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0,638	0,361	Valid
4	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0,781	0,361	Valid
5	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	0,524	0,361	Valid
6	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0,590	0,361	Valid
7	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0,804	0,361	Valid
8	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0,706	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung untuk semua butir pernyataan variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari r tabel 0,361, maka semua butir pernyataan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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 Reliabilitas**

**Hasil Uji Reliabilitas**

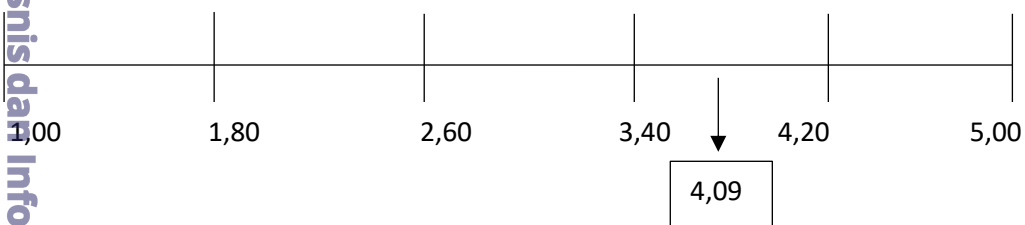
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,901	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0,888	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,890	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alphanya > 0,60.

**B. Analisis Deskriptif**

**Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk**

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak.	0	3	18	76	53	4,19
2	Minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum.	0	4	22	85	39	4,06
3	Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis <i>topping</i> /pelengkap minuman yang dapat dipilih.	0	1	20	79	50	4,19
4	Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi.	0	2	22	73	53	4,18
5	Minuman Kopi Kenangan memiliki rasa yang selalu konsisten/tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu.	1	5	29	74	41	3,99
6	Minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang unik/khas dibanding merek lain.	0	13	38	71	28	3,76
7	Minuman Kopi Kenangan aman untuk dikonsumsi karena bahan baku yang digunakan terjamin dan higienis.	0	0	16	83	51	4,23
8	Minuman yang disajikan oleh Kopi Kenangan sesuai dengan yang tertera di menu.	0	1	13	95	41	4,17
9	Minuman Kopi Kenangan memiliki desain kemasan yang menarik.	2	6	30	75	37	3,93
10	Minuman Kopi Kenangan memiliki kualitas yang baik.	0	1	15	87	47	4,20



Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kualitas produk produk minuman Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,09. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa kualitas produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi baik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institute of Business and Information Technology Kwik Kian Gie)

Ditandatangani dan ditandatangani

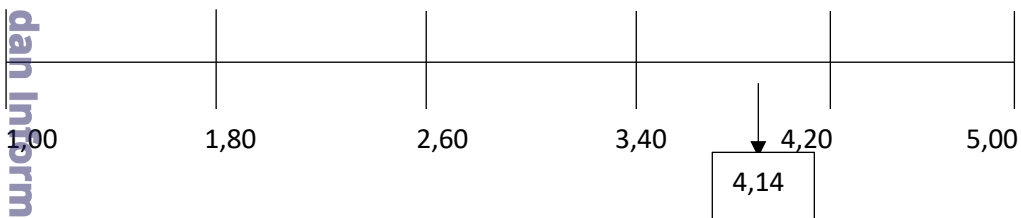
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



### Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Karyawan Kopi Kenangan selalu melayani pelanggan dengan baik secara konsisten sejak awal.	0	2	24	83	41	4,09
2.	Karyawan Kopi Kenangan selalu menyajikan pesanan pelanggan dengan tepat sesuai pesanan.	0	1	14	88	47	4,21
3.	Karyawan Kopi Kenangan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan dengan baik.	0	1	31	83	35	4,01
4.	Karyawan Kopi Kenangan melayani pelanggan dengan cepat.	0	3	17	84	46	4,15
5.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	0	3	32	81	34	3,97
6.	Karyawan Kopi Kenangan bersedia membantu pelanggan.	0	1	20	85	44	4,15
7.	Karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan.	0	0	16	73	61	4,30
8.	Karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan.	0	2	15	81	52	4,22
9.	Karyawan Kopi Kenangan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.	0	1	22	95	32	4,05
10.	Karyawan Kopi Kenangan peduli kepada setiap pelanggan.	0	7	31	79	33	3,92
11.	Karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan professional.	0	0	11	77	62	4,34
12.	Gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih.	0	1	12	80	57	4,29
<b>Rata-rata skor variabel kualitas layanan</b>							<b>4,14</b>



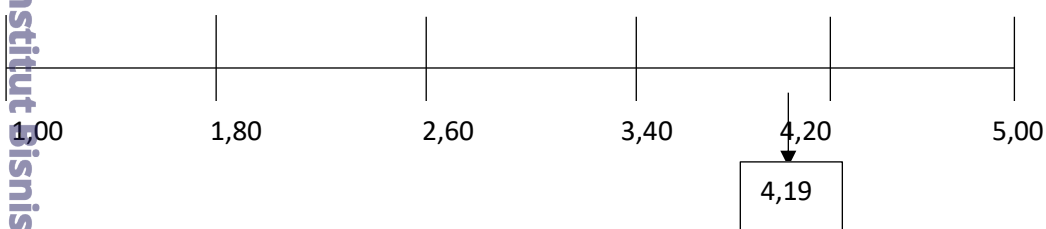
Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kualitas layanan Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,14. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi baik.





### Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Saya puas dengan produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan.	0	1	11	75	63	4,33
2.	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan.	0	2	12	89	47	4,21
3.	Saya senang dengan produk minuman yang di tawarkan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0	3	20	79	48	4,15
4.	Saya senang dengan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan karena memuaskan.	0	2	22	85	41	4,10
5.	Saya puas dengan metode pembayaran yang disediakan Kopi Kenangan karena sangat beragam sehingga memudahkan pelanggan.	0	0	12	79	59	4,31
6.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena produk minuman yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	3	22	74	51	4,15
7.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	2	21	88	39	4,09
8.	Saya puas dengan Kopi Kenangan karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0	1	20	84	45	4,15
<b>Rata-rata skor variabel kepuasan pelanggan</b>							<b>4,19</b>



Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata mengenai kepuasan pelanggan terhadap Kopi Kenangan yang telah diisi oleh 150 responden nilai rata-ratanya yaitu 4,19. Maka dapat disimpulkan bahwa responden berada pada posisi setuju. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju bahwa mereka puas terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.



**C. Hasil Penelitian**

**1. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardize Residual
<b>N</b>		150
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,22923037
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	,054
	Positive	,032
	Negative	-,054
<b>Test Statistic</b>		,054
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		,200 <sup>c,d</sup>

Berikut adalah hipotesis dari pengujian normalitas:

H0 : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, artinya H0 diterima yang berarti data residual pada penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat normalitas.

**b. Uji Heterokedastisitas**

**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta		
(Constant)	3,408	1,120		3,041	,003
Kualitas Produk	-,027	,035	-,091	-,762	,447
Kualitas Layanan	-,012	,032	-,046	-,384	,702

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. pada variabel kualitas produk yaitu 0,447 > 0,05 dan nilai Sig. pada variabel kualitas layanan yaitu 0,702 > 0,05 yang artinya dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

**c. Uji Multikolinearitas**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134		
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000	,467	2,142
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000	,467	2,142

Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas produk memiliki nilai VIF 2,142 < 10 dan Tolerance 0,467 > 0,10 yang artinya variabel kualitas produk tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan untuk variabel kualitas layanan memiliki nilai VIF 2,142 <

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.



10 dan Tolerance  $0,467 > 0,10$  yang artinya variabel kualitas layanan tidak terjadi multikolinearitas.

**d. Uji Autokorelasi**

**Hasil Uji Autokorelasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
,823 <sup>a</sup>	,678	,673	2,244	2,037

Berdasarkan tabel diatas, nilai Durbin-Watson adalah 2,037. Sesuai dasar kriteria pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi yaitu nilai  $dU < d < 4 - dU$ , karena nilai dU (batas atas) yaitu 1,760 dan nilai 4-dU yaitu  $4 - 1,760 = 2,24$ , sedangkan nilai d yaitu 2,037 yang artinya nilai d lebih besar dari nilai dU dan lebih kecil dari nilai 4-dU, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

**2. Analisis Regresi Berganda**

**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil persamaan regresi berganda yaitu:  
Kepuasan Pelanggan =  $2,659 + 0,299$  Kualitas Produk +  $0,374$  Kualitas Layanan  
Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Nilai konstanta sebesar 2,659 memiliki arti bahwa apabila variabel kualitas produk dan kualitas layanan dianggap konstan (tidak mengalami perubahan), maka variabel kepuasan pelanggan nilainya adalah sebesar 2,659.
- (2) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk sebesar 0,299 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,299 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.
- (3) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas layanan sebesar 0,374 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas layanan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,374 satuan, dengan asumsi nilai variabel independen lain tetap.

**a. Uji Keberartian Model (Uji F)**

**Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1557,049	2	778,525	154,559	,000 <sup>b</sup>
Residual	740,451	147	5,037		
Total	2297,500	149			

Berdasarkan tabel diatas, nilai F hitung sebesar  $154,559 > F$  tabel = 3,06 dan nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 Hak Cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)**

**Hasil Uji Signifikansi (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,659	1,766		1,506	,134
Kualitas Produk	,299	,055	,370	5,402	,000
Kualitas Layanan	,374	,050	,513	7,488	,000

**(1) Uji Hipotesis 1: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.**

Berdasarkan tabel diatas, nilai Sig. variabel kualitas produk yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar  $5,402 > t \text{ tabel} = 1,976$  yang artinya tolak  $H_0$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

**(2) Uji Hipotesis 2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.**

Berdasarkan tabel diatas, nilai Sig. variabel kualitas layanan yaitu  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung variabel kualitas layanan sebesar  $7,488 > t \text{ tabel} = 1,976$  yang artinya tolak  $H_0$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Maka berdasarkan pengujian hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dikarenakan nilai Sig. kedua variabel  $< 0,05$  dan nilai t hitung kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan  $> 1,976$ .

Berdasarkan tabel uji signifikansi (uji t), variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* masing-masing bernilai 0,370 dan 0,513. Dikarenakan  $0,370 < 0,513$ , hal ini berarti variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dibanding variabel kualitas produk.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
,823 <sup>a</sup>	,678	,673	2,244

Berdasarkan tabel diatas, nilai korelasi antara variabel dependen (kepuasan pelanggan) dengan R adalah sebesar 0,823. Hal ini berarti hubungan antara kualitas produk dan kualitas layanan adalah sebesar 82,3% sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,678. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas layanan sebesar 67,8%, sedangkan 32,2% ( $100\% - 67,8\%$ ) lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi pada penelitian ini.

**D. Pembahasan**

**a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Jika dibahas dari segi pemasaran, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi diperkuat dengan adanya dimensi kualitas produk pada penelitian

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.



yaitu *performance* (kinerja) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu minuman Kopi Kenangan memiliki cita rasa yang enak dan minuman Kopi Kenangan memiliki aroma yang harum. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan telah dinilai dengan skor yang cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju bahwa minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan kualitasnya baik dalam hal ini yaitu dimensi *performance* (kinerja). Secara harafiah semakin enak dan semakin harum aroma minuman, maka dapat berdampak pada persepsi seseorang terhadap produk bahwa produknya berkualitas. Oleh karena itu hal ini dapat berdampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Berikutnya dimensi kualitas produk yang akan dibahas yaitu *features* (fitur) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kopi Kenangan memiliki berbagai jenis *topping*/pelengkap minuman yang dapat dipilih dan Kopi Kenangan memiliki pilihan menu minuman yang beragam/bervariasi. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan juga telah dinilai dengan skor cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju bahwa minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan kualitasnya baik dalam hal ini yaitu dimensi *features* (fitur). Secara harafiah semakin banyak pilihan *topping* minuman (seperti *espresso*, gula aren, boba, *grass jelly*, *marie regal*, *oreo*, dan *coconut jelly*) dan menu yang ditawarkan oleh suatu kedai, maka hal ini memiliki maksud agar pelanggan dapat membeli produk menyesuaikan dengan keinginannya sehingga hal ini juga tentu saja akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Syahwi & Pantawis (2021), dan Umami, Rizal, & Sumartik (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Jika dibahas dari segi pemasaran, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi diperkuat dengan adanya dimensi kualitas layanan pada penelitian yaitu *assurance* (jaminan) yang dimana indikator pertanyaan yang ada pada penelitian ini yaitu karyawan Kopi Kenangan memiliki pengetahuan mengenai produk yang memadai dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan karyawan Kopi Kenangan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan telah dinilai dengan skor yang cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan baik dalam hal ini yaitu dimensi *assurance* (jaminan). Secara harafiah semakin tinggi kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pelanggan maka dapat diartikan juga sebagai pengetahuan karyawan tersebut mengenai produk yang dijual tinggi sehingga hal ini dapat meyakinkan pelanggan yang membeli produk bahwa produk yang dibeli sesuai dengan keinginan pelanggan dan semakin ramah serta sopan karyawan dalam melayani pelanggan maka dapat berdampak pada pelanggan merasa aman dan nyaman dalam membeli produk yang diinginkan. Hal ini juga tentu saja akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Berikutnya dimensi kualitas layanan yang akan dibahas yaitu *tangibles* (bukti fisik) yang dimana indikator pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu karyawan Kopi Kenangan berpenampilan rapi dan profesional dan gerai Kopi Kenangan tertata dengan rapi dan bersih. Kedua indikator pertanyaan itu secara keseluruhan juga telah dinilai dengan skor cukup tinggi oleh responden yang artinya responden merasa setuju terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan baik dalam hal ini yaitu dimensi

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.





*tangibles* (bukti fisik). Secara harafiah semakin rapi penampilan karyawan serta penataan gerai, maka pelanggan akan semakin merasa nyaman dalam membeli produk karena mereka memiliki persepsi bahwa layanan yang diberikan cukup baik secara penampilan yang terlihat secara langsung atau fisik. Hal ini tentu saja juga berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartadi dan Husda (2020), Tombeng, Roring, dan Rumokoy (2019), Putra, Sumowo, dan Anwar (2017), Asti dan Ayuningtyas (2020), Mariansyah dan Syarif (2020), dan Umami, Rizal, & Sumartik (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang sudah diuraikan di bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

#### 1. Bagi Perusahaan

- a. Kopi Kenangan tetap menjaga kualitas produknya agar kedepannya pelanggan semakin puas dan diharapkan juga agar Kopi Kenangan melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang ditawarkannya seperti misalnya menambah varian menu produk yang lebih unik dengan menggunakan komposisi terbaru dan belum dimiliki pesaing yang disesuaikan dengan trend yang sedang berlangsung.
- b. Kopi Kenangan tetap menjaga kualitas layanannya agar kedepannya pelanggan juga semakin puas dan diharapkan agar Kopi Kenangan memperhatikan dalam hal pemahaman dan perhatian terhadap pelanggan seperti misalnya dengan lebih peduli terhadap pelanggan dan juga memahami apa yang mereka inginkan dengan berinteraksi dengan baik kepada para pelanggan.
- c. Kopi Kenangan harus mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah puas karena merupakan salah satu aspek yang penting untuk kelangsungan bisnis kedai kedepannya agar dapat lebih unggul dari kompetitor. Jika pelanggan semakin puas maka hal ini dapat berdampak pada loyalitas pelanggan sehingga otomatis juga dengan semakin banyaknya pelanggan yang loyal dapat meningkatkan pendapatan perusahaan kedepannya.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mencari variabel-variabel lain yang dapat berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Kopi Kenangan di Kota Harapan Indah Bekasi. Misalnya variabel citra merek, promosi, harga, dan lain-lain.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 34–43.

ICO. (2021). Word Coffee Consumption. *International Coffee Organization*, August, 1. <https://www.ico.org>

Jr. J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). UK: Cengage Learning.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.). UK: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). England: Pearson Education.

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.

Pergikuliner.com. (2022). *Kedai Kopi di Kota Harapan Indah Bekasi*. Diakses pada 23 Juni 2022, dari [pergikuliner.com](https://pergikuliner.com).

Putra, S. D., Sumowo, S., & Anwar. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 99–117.

Saretta, I. R. (2022). *Dinobatkan Jadi Unicorn, Yuk Intip Kisah Perjalanan Kopi Kenangan Menggapai Kesuksesannya*. Diakses pada 23 Juni 2022, dari <https://www.cermati.com/artikel/kopi-kenangan>.

Sciffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). UK: Pearson Education.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.

Tombeng B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.

Traveloka.com. *Kopi Kenangan Kota Harapan Indah Bekasi*. Diakses pada 22 Juni 2022, dari <https://www.traveloka.com/id-id/restaurants/indonesia/detail/kopi-kenangan-harapan-indah-111132>.

Ulya, F. N. (2022). *Bisnis Makanan hingga Pakaian Punya Prospek Cerah Tahun Ini*. Diakses pada 26 Maret 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/25/173600526/bisnis-makanan-hingga-pakaian-punya-prospek-cerah-tahun-ini>.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.

Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233–240.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing* (7th ed.). New York: Mc Graw Hill Education.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
 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.

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Jordi Fernando Laurenius

NIM : 72180152 Tanggal Sidang : 22 September 2022

Judul Karya Akhir : penyarah kuesioner produsi dan kuesioner Layanan Terhadap kepuasan  
pelanggan kopi kenangan di Kota Harau Indah Bekasi

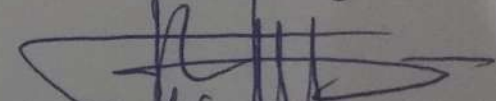
Jakarta, 3 / oktober 20 22

Mahasiswa/I



(Jordi Fernando Laurenius)

Pembimbing



(A. Rahmat)